



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Nuorten pankkitutkimus - Suupohjan Osuuspankki

Mäkiranta, Ilona

2014 Tikkurila

Laurea-ammattikorkeakoulu
Tikkurila

Nuorten pankkitutkimus - Suupohjan Osuuspankki

Mäkiranta Ilona
Liiketalous P2P
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2014

Mäkiranta Ilona

Nuorten pankkitutkimus - Suupohjan Osuuspankki

Vuosi 2014 Sivumäärä 53, liitesivuja 27

Pankkialalla kilpailu asiakkaista on todella kovaa. Nyt pankkien onkin pyrittävä ylläpitämään ja kehittämään olemassa olevia asiakassuhteitaan ja keskittyä varsinkin nuoriin tulevaisuuden asiakkaisiin. Näillä nuorilla on edessään usein asunnon ostamiseen, säästämiseen, opintolainaan ja muihin elämänmuutoksiin liittyviä päätöksiä, joissa pankki voi auttaa parhaansa mukaan. Pankin tuleekin pysyä mukana kehityksessä ja tarjota erityisesti nuorille asiakkailleen nykyaikaisia palveluja, kuten toimiva ja selkeä verkkopankki, mobiilipankki ja e-Asiakaspalvelu.

Kauhajoen Suupohjan Osuuspankki on jo hyvin mukana tässä kehityksessä, sen verkkopankissa voi jo nyt nostaa esimerkiksi opintolainaa ja käyttää sähköistä allekirjoitusta. Näin nuoren ei tarvitse astua jalallaankaan pankin konttoriin, jos hän asuu esimerkiksi eripuolella Suomea. Pankin vaihtaminen muuton yhteydessä ei ole enää yhtä välttämätöntä kuin aikaisemmin.

Tässä opinnäytetyössä on nuorten pankkitutkimuksen avulla tutkittu nuorten suhtautumista seuraaviin aiheisiin: ASP-tili, pankin vaihto muuton yhteydessä, nuorten pankkipalvelut, opintolaina ja säästäminen. Työn teoriaosuudessa keskityttiin asiakasmarkkinointiin ja kannattaviin asiakkuuksiin, asiakkuuden elinkaareen ja nuorten muuttamisen tilastoihin. Lisäksi on kerrottu myös asuntosäästöpalkkiotilistä ja muista pankin tarjoamista palveluista, myös sähköisistä.

Opinnäytetyön aineiston keräämiseksi toteutettiin nuorille 18-30-vuotiaille Suupohjan Osuuspankin asiakkaille suunnattu pankkitutkimus, jossa käsiteltiin ASP-tiliä, nuorten muuttamista ja pankkipalveluja sekä sivuttiin hieman opintolainaa ja muuta säästämistä. Kyselylomake lähetettiin 3161 vastaanottajalle, joista 221 vastasi kyselyyn. Tutkimus oli kvantitatiivinen tutkimus. Tutkimustulosten perusteella vain harvat nuoret vaihtoivat pankkia muuttaessaan toiselle paikkakunnalle. ASP-tili tunnettiin kohtalaisen hyvin, mutta silti kovin monella nuorella ei sellaista vielä ollut; monet kuitenkin harkitsivat asiaa. Pankin tarjoamiin palveluihin olttiin verraten tyytyväisiä, mutta mobiilipankkiin kaivattiin uudistuksia ja parempaa käyttöliittymää. Lisäksi saatiin selville että monet nuoret säästävät rahaa kuukausittain ja opintolainan suosio on melko vähäinen. Pääosin Suupohjan Osuuspankkia pidettiin kuitenkin loistavana pankkina ja nuoret olivat tyytyväisiä pankkiinsa ja sen tuotteisiin ja palveluihin.

Asiasanat ASP-tili, nuorten muuttaminen, pankkipalvelut, opintolaina, säästäminen

Mäkiranta Ilona

Bank Survey for Young Customers - Suupohjan Osuuspankki

Year	2014	Pages	53 + 27
------	------	-------	---------

In recent times, competition has become really fierce within the banking sector. Today, banks have to try to maintain and develop existing customer relationships and focus especially on young people as their future customers. These young people are often faced with many challenges, such as buying an apartment, making savings, taking student loans and other life related changes which require decisions; decisions in which the bank can help them as best as they can in making the right choices. Banks have to keep up with the development of technology used by young people and therefore have to have up to date services like functional and transparent online-banking-services, mobile banking and Internet customer services.

Suupohjan Osuuspankki of Kauhajoki is already involved in this development. Customers can already apply for student loans from online-bank-services and the use of electronic signatures is in place. Currently, people who live on the other side of Finland can use banking services without ever visiting a bank. So changing a bank when moving from one city to another is no longer necessary.

Young peoples' attitudes towards certain topics have been researched in this thesis. The topics are: ASP accounts, changing bank when moving, banking services, student loans and other kinds of savings. In the theory part, this thesis focuses on customer marketing and profitable customer relationships, customer life cycle and statistics of how young people move. In addition, the account commission for house savings and other services that the bank offers, including online services were revealed.

The material for the thesis was collected using a survey that was sent to 18-30 year old customers of Suupohjan Osuuspankki. It dealt with ASP accounts, young people moving and bank services. It also dealt with student loans and other kinds of savings. The survey was sent to 3161 persons, of which 221 responded. This survey was a quantitative survey. According to the research results only a few young people changed their bank when moving to another city. Moreover, the ASP account was fairly well known, but still very few young people had it, though many were considering it. Many were relatively satisfied with the banking services, but they wanted up-dated services and better user interface for mobile banking. It was also found that many young people save money every month and the popularity of student loans is quite low. For the most part, Suupohjan Osuuspankki was considered a great bank and young customers were very satisfied with its products and services.

Keywords ASP account, young people moving, banking services, student loan, saving

Sisällys

1	Johdanto.....	6
1.1	Työn tausta ja tarkoitus	7
1.2	Tutkimusongelmat ja tavoitteet.....	8
1.3	Toimeksiantaja: Suupohjan Osuuspankki - POP Pankki Kauhajoki.....	9
2	Pankin palvelut	11
2.1	Verkkopankki, mobiilipankki ja e-Asiakaspalvelu	11
2.2	Opintolaina ja säästäminen	12
2.3	Asuntosäästöpalkkiotili.....	13
2.4	Asuntosäästäminen.....	14
2.5	ASP-Sopimus.....	15
2.6	Tyytyväisyys pankkeihin Suomessa	15
3	Asiakkuuden elinkaari	16
3.1	Asiakassuhteiden ylläpitäminen	17
3.2	Asiakassuhteiden kehittäminen.....	18
3.3	Asiakasmarkkinointi.....	18
3.4	Kannattava markkinointi.....	19
3.5	Asiakaskannattavuus.....	21
3.6	Nuorten muuttaminen Suomessa	22
3.7	Pankkipalvelut ja asiakkuus	25
4	Tutkimusmenetelmä.....	26
4.1	Kvantitatiivinen tutkimus	26
4.2	Tutkimusprosessin vaiheet	27
4.3	Kohderyhmä.....	27
4.4	Reliabiliteetti ja validiteetti	28
4.5	Likertin asteikko ja ristiintaulukointi.....	28
4.6	Tutkimuksen toteuttaminen.....	29
5	Nuorten pankkitutkimuksen tulokset	30
5.1	Nuorten muuttaminen.....	30
5.2	ASP-tili	33
5.3	Pankkipalvelut	35
5.4	Muut huomioon otavat tulokset	40
6	Johtopäätökset	44
6.1	Kehitysehdotukset	45
6.2	Oma oppiminen.....	45
	Lähteet	47
	Kuvat.....	50
	Kaaviot.....	51
	Taulukot	52
	Liitteet.....	53

1 Johdanto

Nykypäivänä nuorten elämään kuuluu jo aikaisin talouspäätöksiä, jotka liittyvät oman asunnon ostamiseen, opintojen aloittamiseen sekä niiden rahoitukseen, työpaikan hankkimiseen ja perheen perustamiseen. Kaikki nämä tavoitteet edellyttävät talouteen kytkeytyviä päätöksiä ja valintoja. Huonojen taloudellisten valintojen välttämiseksi pankkien tulee nykypäivänä tarjota nuorille välineitä ja ajankohtaista tietoa taloudellisten päätösten helpottamiseksi. (Liikanen 2011.)

Pankit ovat finanssikriisin aikana osoittaneet kasvavaa kiinnostusta nuoria asiakkaita kohtaan. Pankkien tehtäväksi onkin muodostunut taloudellisen vakauden rakentaminen. Tämän tavoitteen saavuttamiseksi on tärkeää, että nuorista kasvaa kuluttajia jotka tuntevat talouteensa liittyvät mahdollisuudet sekä riskit. Saamiensa tietojen avulla nuoret tekevät päätöksiä ja ovat näin omalta osaltaan luomassa kestäväää talouskasvua. Nykypäivänä nuoret kuitenkin kärsivät aiempaa enemmän rahankäytön ja sen hallinnan aiheuttamista ongelmista. (Liikanen 2011.)

Tutkimus suoritettiin kvantitatiivisen tutkimuksen muodossa kyselylomakkeella. Lomake lähetettiin 3161 vastaanottajalle ja 221 vastasi kyselyyn. Lomake lähti vastaanottajille verkkopankin kautta ja lisäksi noin sadalle henkilölle kirjeitse, sillä kaikki eivät käytä verkkopankkia. Tutkimuksella pyrittiin saamaan tietoa nuorten pankkikäyttäytymisestä ja muista pankkiasiakkuuteen liittyvistä seikoista, sekä ASP tilistä ja muuttamisen vaikutuksista pankkiasiakkuuteen.

Nuorten talouden hallinnan päätökset näkyvät esimerkiksi siten, että nuoret ovat alkaneet taas kiinnostua enemmän ensiasunnon ostajille tarjottavasta ASP-tilistä, joka on valtion tukema säästämismuoto. Nyt ASP-tilien määrä on nousussa, mikä saattaa johtua osittain puheista, joiden mukaan Suomeen on tulossa asuntojen enimmäisluototusaste. Tämänhetkisenä suosituksena on, että pankit saavat myöntää lainaa enintään 90 % ostettavan tai rakennettavan asunnon arvosta. (Niemeläinen 2012.) Asuntosäästäminen on kasvanut myös siksi, että tilille saa hyvää talletuskorkoa, kun taas tavallisen tilin korko on tämän matalan korkotason aikana lähes nollassa (Simola 2013).

Nuoret liikkuvat nykyään paljon Internetissä ja käyttävät sosiaalista mediaa ja muita sähköisiä palveluja. Pankit ovat vastanneet tähän haasteeseen ja tarjoavat asiakkaille sähköisiä palveluja kuten verkkopankin, mobiilipankin ja e-Asiakaspalvelun. Myös opintolainaa voi jo nostaa ilman että käy lainkaan pankin konttorissa, joten pankkia ei tarvitse vaihtaa edes paikkakunnalta muuton yhteydessä. Se, hallitsevatko nuoret omaa rahankäyttöään ja säästävätkö he tai tuntevatko he esimerkiksi asuntosäästöpankkiotilin hyötyjä tai pankin jäsenetuja, selviää tässä opinnäytetyössä toteutetusta nuorten pankkitutkimuksesta, joka koskee Suupohjan Osuuspankin nuoria 18-30-vuotiaita asiakkaita ja heidän pankkikäyttäytymistään.

1.1 Työn tausta ja tarkoitus

Opinnäytetyön toimeksiantajan kanssa käytiin keskusteluja sopivasta aiheesta, joka miellyttäisi ja kiinnostaisi molempia osapuolia. Lopulta päädyttiin tutkimusmalliseen toteutustapaan. Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena ja sen kohderyhmänä olivat 18-30-vuotiaat Suupohjan Osuuspankin asiakkaat. Kyselyssä tutkittiin nuorten vastaajien mielipiteitä ja tietämystä asuntosäästöpalkkiotiliä sekä nuorten pankkipalveluja koskien. Lisäksi siinä tutkittiin, miten muuttaminen paikkakunnalta toiselle vaikuttaa nuorten pankkisuhteeseen. Myös opintolainoja ja muuta säästämistä sivuttiin hieman.

Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksen muodossa ja se lähetettiin 3161 vastaajalle. Tutkimus lähetettiin pankin verkkopankin kautta 3061 kohderyhmään kuuluvalla henkilölle. Lisäksi se lähetettiin sadalle asiakkaalle paperikyselynä postitse, sillä kaikki pankin nuoret asiakkaat eivät ole verkkopankin käyttäjiä ja pankki pitää kuitenkin myös heidän vastauksiaan ja mielipiteitään tärkeinä.

Kyselylomakkeen kysymykset valikoitiin yhdessä työtä toteuttavan opiskelijan ja Kauhajoen POP Pankin kanssa. Pankki lähetti listan omista kysymyksistään ja opiskelija laati samalla omia kysymyksiään. Lopuksi yhteistyöllä näistä kysymyksistä valittiin sopivat siten, että kyselyn pituus ei ylittänyt neljää sivua, sillä muuten se olisi ollut vastaajille liian pitkä vastattavaksi.

Työn tarkoituksena on selvittää miten valitut aihealueet vaikuttavat nuorten pankkisuhteeseen ja voiko pankki tehdä niiden suhteen jotain toisin ja huomioda näin nuoria asiakkaitaan entistä paremmin.

Työssä tutkitaan sitä, miten paljon nuoret ovat muuttaneet paikkakunnalta toiselle ja ovatko he muuttaessaan vaihtaneet pankkia vai pysyneet saman tutun pankin asiakkaina. Tällä tiedolla on suuri merkitys pankille, sillä jos nuoret vaihtavat usein pankkia muuttaessaan, pankin tulee pohtia mitä se voisi tehdä toisin, että näin ei pääsisi käymään. Pankki ei tietenkään haluaisi menettää yhtään nuorta asiakastaan tällaisen syyn takia.

Useat nuoret haluavat jossain vaiheessa elämäänsä ostaa asunnon tai rakentaa talon. Nykypäivänä lainan saamista varten tulee kuitenkin olla säästöjä. Ilman säästöjä lainan saaminen voi olla tuskallisen vaikeaa. Tämän pulmaan auttaa pankkien tarjoama ASP-tili, jolle 18-30-vuotiaat voivat vähintään kahden vuoden ajan säästää kuukausittain haluamansa summan rahaa. Yhteensä sitä tulisi säästää 10 % halutun lainasumman määrästä. Lisäksi valtio takaa asuntolainan ja maksaa aluksi osan sen koroista. Tämän säästömuodon suosiota ja nuorten tietoutta sitä kohtaan halutaan nyt selvittää Suupohjan alueella.

Nuorille on nykyään paljon erilaisia pankkipalveluja, joista suurin osa on verkossa. Pankki tarjoaa nettipankin lisäksi uutena palveluna myös mobiilipankin ja e-Asiakaspalvelun, joiden käytön laajuutta halutaan selvittää kyselyn avulla. Lisäksi halutaan tietää miten nuoret ovat yhteydessä pankkiin ja ovatko he omaksuneet verkkopalvelut omikseen. Myös nuorten asiakkaiden tyytyväisyyttä eri pankin palveluja kohtaan halutaan kartoittaa.

Kyselytutkimuksessa sivutaan hieman myös opintolainoja ja muuta säästämistä. Siinä kysytään onko nuorilla opintolainaa tai aikovatko he sitä ottaa. Säästämisestä kysytään miten nuoret säästävät ja kuinka paljon he keskimäärin säästävät.

1.2 Tutkimusongelmat ja tavoitteet

Tutkimusongelmien määrittely on tärkeässä asemassa tutkimuksen onnistumisen kannalta ja tutkijan tulee tietää tarkasti mihin ongelmaan haetaan vastausta. Tutkimusongelman määrittäminen vaikuttaa myös tutkimuksen tavoitteisiin ja siihen, mitä taustatietoja tulee kerätä. (Heikkilä 2005, 23-25.) Tutkimusongelmat jaetaan aina pääongelmaan ja alaongelmiin. Tämän tutkimuksen päätutkimusongelmat ovat:

- Ovatko nuoret Suupohjan Osuuspankin asiakkaat tyytyväisiä pankkipalveluihin ja tuotteisiin? Miten nuoret suhtautuvat ASP-tiliin? Vaikuttaako paikkakunnalta toiselle muuttaminen nuorten pankkiasiakkuuteen?

Alatutkimusongelmia on tässä työssä useita ja ne esitetään usean erillisen tutkimuskysymyksen muodossa. Alatutkimusongelmat ovat seuraavat:

- Miten muutto vaikuttaa nuorten pankkisuhteeseen?
- Miten tietoisia nuoret ovat ASP-tilistä ja sen tarjoamista hyödyistä?
- Miten monella nuorella on ASP-tili?
- Kuinka tyytyväisiä nuoret ovat pankkinsa palveluihin ja tuotteisiin?
- Miten nuoret säästävät, vai säästävätkö?
- Onko nuorilla opintolainaa?

Tutkimusongelmat pyritään ratkaisemaan kattavan ja hyvin laaditun kyselytutkimuksen avulla ja lisäksi niitä tuetaan aiheesta kirjoitetulla teorialiedolla. Työn tavoitteena on saada vastaukset kaikkiin tutkimusongelmiin.

Työn tavoitteena on tuottaa Suupohjan Osuuspankille hyödyllistä aineistoa valituista aiheista. Kerättävän aineiston avulla pankki voi palvella entistä paremmin nuoriakin asiakkaitaan. POP Pankilla ei ollut ennestään mitään tutkimustietoa tai dataa valituista aiheista, joten siksi aihe tuntui sopivalta heille ja lisäksi olen siitä itse kiinnostunut, koska olen myös nuori ja ASP-tili ja muutto sekä pankkipalvelut ovat tulleet ajankohtaisiksi asioiksi. ASP-tili on hyödyllinen avata, jos haluaa tulevaisuudessa saada asuntolainaa. Kyselylomakkeessa kysymykset rajataan niin, että ne käsittelevät ainoastaan näitä kolmea valittua aihepiiriä: ASP-tiliä, nuorten muu-

ton vaikutuksia pankkisuhteeseen ja nuorten pankkipalveluja myös sähköisiä palveluja. Lisäksi lomakkeen alussa kysytään muutama taustatietokysymys, kuten vastaajan sukupuoli ja ikä. Lomakkeen lopussa on mahdollisuus myös avoimelle palautteelle. Kysymyksissä sivutaan hie- man myös opintolainoja ja säästämistä. Työn suurin haaste aikataulun lisäksi tulee olemaan teorian kohdistaminen valittuun aihealueeseen ja tulosten hyödyntäminen analysoinnissa.

1.3 Toimeksiantaja: Suupohjan Osuuspankki - POP Pankki Kauhajoki

Opinnäytetyö tehdään yhteistyössä Kauhajoen Suupohjan Osuuspankin, eli POP Pankin kanssa. POP pankin toiminta-ajatus on seuraavanlainen: ”Ihmisläheistä, nykyaikaista ja turvallista pankkipalvelua kilpailukykyisesti jäsenten, asiakkaiden ja toimintaympäristön parhaaksi.” Li- säksi pankin peruslupaus on olla aidosti lähellä ihmistä. Pankin yritysmuotona on osuuskunta. (Toiminta-ajatus 2014.)

POP Pankki - ryhmä on perustettu vuonna 1997 jatkamaan osuuspankkitoimintaa jäsentensä ja asiakkaidensa hyväksi. Ryhmä koostuu 36 eri puolella Suomea toimivasta POP pankista ja nii- den sivukonttoreista. Kyseiset pankit ovat kasvaneet voimakkaasti viime vuosina ja uusia konttoreita on perustettu kaikille kasvukeskuspaikkakunnille. POP Pankki on taloudeltaan vahva ja Suomen vakavaraisin pankkiryhmä. Asiakkaat ovat valinneet POP Pankin 2011-2012 parhaaksi pankiksi Suomessa, asiakastyytyväisyystutkimuksen mukaan. Lisäksi pankki on pal- kittu jo 11 kertaa peräkkäin parhaasta palvelusta. (Mikä on POP Pankkiryhmä? 2014.)



Kuva 1: Suupohjan Osuuspankki - POP Pankki

Pankin palvelut kattavat kaikki henkilöasiakkaiden, pk-yritysten ja maatalousyrittäjien sekä metsänomistajien maksuliikenne-, kortti-, säästämisen- ja sijoitus- sekä rahoituspalvelut. Asia-

kas voi aina halutessaan asioida joko konttorissa tai verkkopankissa. (Mikä on POP Pankkiryhmä? 2014.)

Vuonna 2013 POP Pankkiryhmän liikevoitto oli 30,1 miljoonaa euroa ja oma pääoma oli 526,3 miljoonaa euroa. Talletuksia POP Pankkiryhmällä oli 3 938,7 miljoonan euron arvosta ja luottoja 3 679,3 miljoonaa euroa. Asiakkaita pankilla oli yhteensä 314 790, joista jäsenasiakkaita oli 111 074. (Tunnuslukuja 2014.)

Kauhajoen POP Pankki on suurin ryhmän pankeista. Samassa toimipisteessä hoidetaan johto, markkinointi, viestintä, liiketoiminta ja taloushallinto. POP Pankin keskusluottolaitos on tällä hetkellä Aktia, mutta nyt POP Pankit ovat päättäneet perustaa oman keskusluottolaitoksen.

2 Pankin palvelut

Kauhajoen POP Pankki, Suupohjan Osuuspankki, tarjoaa useita palveluja asiakkailleen. Palvelut ovat joustavia ja niistä voidaan koota ja räätälöidä jokaiselle sopivat ja ajankohtaiset palvelukokonaisuudet. Pankilla on valikoimissaan useita palveluja, myös sähköisiä palveluja. Näitä palveluja ovat esimerkiksi verkkopankki, mobiilipankki, e-Asiakaspalvelu, ASP-tili, säästämisen useat vaihtoehdot, lainopilliset palvelut, e-laskut ja erilaiset pankin tarjoamat kortit.

Pankilla on hyvin merkittävä rooli yhteiskunnassa ja varsinkin omalla toimialueellaan. Tämä rooli antaa pankeille mahdollisuuden vaikuttaa yhteiskunnan toimintaan ja sen arvoihin. (Koivuporras 2008, 175.) Viime kädessä juuri pankit mahdollistavat erilaisten yritysten toiminnan nykyaikaisella rahainfrastruktuurilla. Samalla pankeilla on myös suuri rooli vastuun kantajina, sillä kuluttajien odotukset pankeja kohtaan ovat jatkuvasti nousussa. (Koivuporras 2008, 4.) Ikkäihmiset haluaisivat käyttää vanhoja hyväksi koettuja pankkipalveluja ja nuoret pitävät hyvänä sitä, että pankki tarjoaa laajasti erilaisia sähköisiä pankkipalveluja. Tämän vuoksi pankkien on tasapainoiltava eri asiakasryhmien välillä ja sopeutettava omaa toimintaansa. Pankin rooli on tukea ihmisiä raha-asioissa riippumatta siitä, mihin asiakasryhmään asiakas kuuluu. Ollakseen hyvä pankki, tulee pankin pystyä palvelemaan kaikkia sen tarkemmin profiloitumatta. (Koivuporras 2008, 201.)

Asiakkailla on mahdollisuus liittyä POP Pankin jäsenasiakkaiksi, tällöin asiakas omistaa osan pankista. Jäsenille tarjotaan lisäksi useita pankkikohtaisia etuja, jotka liittyvät esimerkiksi verkkopankkiin, pankkikortteihin ja lainoihin sekä lainopillisiin palveluihin. Jäseneksi halutesaan asiakkaan tulee maksaa pankille osuusmaksun. Jäsenyyden kautta asiakkaat voivat omalta osaltaan vaikuttaa pankin toimintaan edustajien kautta. (Jäsenyys 2013.)

Pankki tarjoaa asiakkaille useita erilaisia tilejä erilaisiin tarkoituksiin. Käyttelytili on tarkoitettu päivittäiseen pankkiasiointiin, talletustilille voi säästää rahaa ja saada säästöille korkoa, määräaikaistalletustilille säästetään rahaa tietyn ajan verran ja ASP-tili on tarkoitettu ensiasunnon ostoa suunnitteleville nuorille. (Tilit 2014.) Näihin tileihin asiakkaat voivat liittää erilaisia kortteja, kuten esimerkiksi Visa Credit, Debit tai Electron -kortin. (Kortit 2014.)

Tässä opinnäytetyössä perehdytään pankin palveluista tarkemmin verkkopankkiin, mobiilipankkiin, e-Asiakaspalveluun, opintolainoihin, säästämiseen ja ASP-tiliin.

2.1 Verkkopankki, mobiilipankki ja e-Asiakaspalvelu

POP Pankin verkkopankissa asiakas voi hoitaa päivittäisiä pankkiasioitaan helposti, turvallisesti ja nopeasti. Verkkopankki on käytössä kaikkina viikonpäivinä ja ympäri vuorokautisesti. Verkkopankin saa käyttöönsä tekemällä siitä sopimuksen pankin kanssa. Samalla asiakas saa käyttäjätunnuksen, salasanan ja avainlukukortin sisäänkirjautumista ja laskujen maksua varten. Verkkopankissa voi maksaa laskuja ja e-laskuja ja tehdä tilisiirtoja silloin kuin asiakas itse haluaa. Lisäksi palvelussa voi selata tilitapahtumiaan ja hakea tiliotteita. Verkkopankkiin

voi liittää kaikki omat tilinsä ja myös ne muiden henkilöiden tilit joihin asiakkaalla on käyttöoikeus. Uusia tilejä voi liittää verkkopankkiin asioimalla pankin konttorissa. Verkkopankista näkee myös omien lainojen tilanteen, kuten saldon, korkoprosentin ja seuraavan maksun lyhennyksen sekä koron. (Verkkopankin esittely 2014.)

Mobiilipankin avulla päivittäiset pankkiasiat voi hoitaa kätevästi omalla kännykällä. Pankkiin pääsee missä ja milloin vain, eikä puhelimeen tarvitse erikseen ladata uutta ohjelmaa, sillä POP Pankin mobiilipankki toimii puhelimesta kuten tavalliset nettisivut. Palvelu on helppokäyttöinen ja sillä voi hoitaa kaikki yleisimmät pankkipalvelut. Kirjautumaan pääsee omilla pankkitunnuksilla. Mobiilipankilla voi maksaa laskuja, tehdä muita tilisiirtoja sekä katsoa kortti- ja tilisaldoja. Palvelusta voi myös katsoa, missä sijaitsee lähin POP Pankin konttori tai pankkiautomaatti. Lisäksi palvelulla voi lähettää viestin pankkiin ja luoda uusia maksupohjia tai maksaa e-laskuja. Pankin mobiilipankki on suunniteltu pääasiassa kosketusnäyttöpuhelimille. (Mobiilipankki 2014.)

e-Asiakaspalvelu on verkkopankissa oleva palvelu, jonka kautta voi lähettää pankille viestin. Myös pankki voi lähettää viestejä asiakkaille e-Asiakaspalvelun kautta. Viestejä pääsee lähettämään ja lukemaan kirjautumalla verkkopankkiin omilla pankkitunnuksilla. e-Asiakaspalvelu on turvallinen ja helppokäyttöinen kanava viestin lähettämiseen. Pankkiin voi ottaa yhteyttä e-Asiakaspalvelussa viestien lisäksi erilaisten hakemusten, kuten laina- ja korttihakemusten kohdalla. (Rekisteröidy e-Asiakaspalveluun 2014.)

2.2 Opintolaina ja säästäminen

Opintolainan avulla opiskelijalle jää enemmän rahaa käytettäväksi pakollisen vuokranmaksun ja muiden kulujen jälkeen. Opintolaina on tarkoitettu opiskelijoille, jotka opiskelevat päätoimisesti. Lainaa voi nostaa, kun on saanut KELA:sta myönteisen opintotukipäätöksen. Lainan takaisinmaksu pankille alkaa opintojen päättymisen jälkeen. Valtio takaa opintolainan ja tämän ansiosta korot voi lyhentää verotuksessa. Opintolainaa haetaan omasta pankista hakemuslomakkeella. Nykyään hakemuksen voi jättää myös POP Pankin verkkopankissa. Opintorahaa ja -lainaa haetaan samalla hakemuksella. Kun opiskelija on saanut myönteisen lainapäätöksen, hän saa mennä pankkiin neuvottelemaan lainan ehdoista. (Opintolaina 2014.) Koska opintolaina on valtion takaamaa, sille ei tarvita muuta takausta. Valtiontakaus on voimassa enintään 30 vuotta ensimmäisen erän nostamisesta (Kela - Opintolaina 2014). Opintolainan määrä riippuu hakijan iästä ja oppilaitoksesta. Opintolainan määriä ollaan korottamassa 1.8.2014 alkaen, koska asumis- ja muut kustannukset ovat nousseet. (Kela - Opintolainan määrä 2014.)

Monet suomalaiset ja etenkin nuoret kamppailevat nykyään säästämiseen liittyvien ongelmien kanssa. Säästämisen aloittaminen ja itse säästäminen on haastavaa. Suosituksena säästämässä on, että säästettäisiin aina kuukausittain tietty summa palkasta. Palkasta voisi laittaa säästöön esimerkiksi kymmenen prosenttia. Sitä kannattaa miettiä pakollisena menona, sillä muuten säästäminen voi jäädä helposti pois kokonaan. Jokainen voi olla säästäjä ja säästää

oman elämäntilanteensa salliman määrän kuukausittain. (MTV - Unohtuuko säästäminen? 2013.) POP Pankki tarjoaa useita vaihtoehtoisia tapoja säästämisen aloittamiseen. Säästää voi erilaisille tileille, rahastoon tai osakkeisiin. Myös eläkesäästämiseen tai muuhun pitkäaikaiseen säästämiseen voi suunnitella ja valita pankin kanssa parhaan tavan. Jo muutaman kymmenen euron säästö kuukausittain kasvattaa ajan kuluessa säästöjä isoilla summilla. Tilisäästäminen on riskitöntä ja pienituottoista. taas haluaa ottaa riskejä ja saada suurempia tuottoja kannattaa ajatella rahastoja tai osakkeita omaksi säästömuodoksi. (Säästäminen ja sijoittaminen 2014.)

2.3 Asuntosäästöpalkkiotili

Asuntosäästöjärjestelmä eli ASP-järjestelmä on julkinen nuorten aikuisten ensiasunnon säästö- ja tukijärjestelmä. Asuntosäästöpalkkiojärjestelmä pyrkii tukemaan nuorten ensiasunnon hankintaa tai talon rakentamista säästöpalkkioilla sekä korkotuella (Finanssivalvonta 2014.) Asuntosäästöpalkkiotilin, eli ASP-tilin voi pankkiin avata 18-30-vuotias ensiasunnon ostaja. Tilin voi avata yksin tai yhdessä puolison kanssa, tällöin riittää että toinen osapuoli täyttää ikärajavaatimuksen. (ASP-tili 2014.) Kumpikaan puolisoista ei ole saanut omistaa aikaisemmin 50 % tai enempää asunnosta (Ympäristöministeriö 2009). ASP-tilille tulee säästää vähintään kahden vuoden ajan ja sinne tulee kerätä vähintään 10 % ostettavan tai rakennettavan asunnon ostohinnasta, tällöin pankki lainaa loput. Lisäksi säästöille maksetaan verotonta korkoa, vaikka asuntokauppa ei lopulta toteutuisikaan. (ASP-tili 2014.) Asuntolainan saamista varten tarvitaan lisäksi pankin hyväksymät vakuudet (Finanssivalvonta 2014).

ASP-lainaa varten tehdään aina kirjallinen sopimus pankin ja säästäjän välillä, sopimusta voidaan kuitenkin myös muuttaa säästöaikana ja se on mahdollista siirtää myös toiseen pankkiin tarpeen vaatiessa. Myös lainan saa ottaa eri pankista, kuin siitä johon alkuperäiset talletukset on tehty. ASP-tilin talletukset eivät ole veronalaisia varoja, eivätkä pankin talletukselle makamat korot ole veronalaista tuloa, eikä niistä suoriteta lähdeveroa. (Finanssivalvonta 2014.)

Pankki maksaa koko säästöajan ASP-tilille 1 % korkoa. Vuosien jälkeen, kun säästäjä on saavuttanut tavoitteensa ja tehnyt asuntokaupan, pankki maksaa talletukselle 2-4 % lisäkorkoa, tilanteen mukaan. Lisäksi myös valtio maksaa ASP-lainalle korkotukea. (Finanssivalvonta 2014.) Valtion korkotuella asuntolainan takaisinmaksu helpottuu kymmenen ensimmäisen vuoden aikana (ASP-laina 2014). Valtio maksaa ASP-lainalle korkotukea, jos korko nousee yli tietyn prosenttiosuuden ja jos lainan määrä jää asetettujen raja-arvojen alapuolelle (Finanssivalvonta 2014).

ASP-sopimukseen liittyy myös joitain rajoituksia, sillä sopimus purkautuu mikäli tallettaja nostaa tilillä olevia säästöjä tai hankkii asunnon ennen kuin vähintään puolet asuntosäästöopin mukaisista säästöeristä on säästetty tilille. Mikäli sopimus purkautuu, säästäjällä ei ole enää oikeutta sopimuksen mukaiseen lainaan. (Finanssivalvonta 2014.)

ASP-tilille talletetaan neljännesvuosittain, eli kolmen kuukauden aikana vähintään 150 € ja enintään 3000 €. Eli toisinsanoen kuukauden vähimmäis-säästöerä on 50 € ja jos tili on puolison kanssa yhteinen, tulee molempien säästää tilille vähintään 25 € kuukaudessa. Tällaisia kolmen kuukauden talletuseriä tulee olla säästöaikana vähintään kahdeksan. ASP-lainan vakuudeksi käy hankittu tai rakennettu asunto, osalle ASP-lainasta on mahdollista saada myös valtioneuvoston takaus. Tämä valtioneuvoston takaus ASP-lainalle on enintään 50 000 €. Lainan takaisinmaksuaika on enintään 25 vuotta. (ASP-laina 2014.) Asuntolaina tai sen osa voidaan hyväksyä korkotukilainaksi. Korkotukilainojen enimmäismäärät määräytyvät kuntakohtaisesti seuraavasti: Helsinki 145 000 €, Espoo, Vantaa ja Kauniainen 125 000 € ja muut kunnat 100 000 €. (Ympäristö 2014.)

Lainan koroista ja takaisinmaksuehdoista sovitaan yhdessä pankin kanssa. Pankin täytyy myöntää korkotukilaina matalammalla korolla, kuin muissa myöntämässään ensiasuntolainoissa. (Ympäristö 2014.) Talletusaikana ASP-tilisopimusta voidaan myös muokata tarvittaessa. Säästötavoite voidaan tarkistaa, usean henkilön yhteinen sopimus voidaan jakaa tai kaksi erillistä sopimusta voidaan yhdistää. Kaikista muutoksista on sovittava aina yhdessä pankin kanssa. (Ympäristöministeriö 2009.)

2.4 Asuntosäästäminen

Asuntosäästämisellä tarkoitetaan ennakoivaa ja tavoitteellista säästämistä tulevan asunnon hankintaa ajatellen. Säästettyjen varojen määrä suhteessa hankittavan tai rakennettavan asunnon hintaan on merkityksellinen, sillä omalla säästöosuudella pyritään kustantamaan mahdollisimman iso osa asunnon ostohinnasta. Tällöin myös tarvittavan asuntolainan osuus laskee. Lisäksi asuntosäästäminen antaa ostajalle enemmän pelivaraa asuntoa ja sen rahoitusta etsittäessä. Nykypäivänä pankit jopa vaativat, että asuntolainan hakijalla tulee olla ennakosäästöjä. (Pohjola 2011, 182-183.)

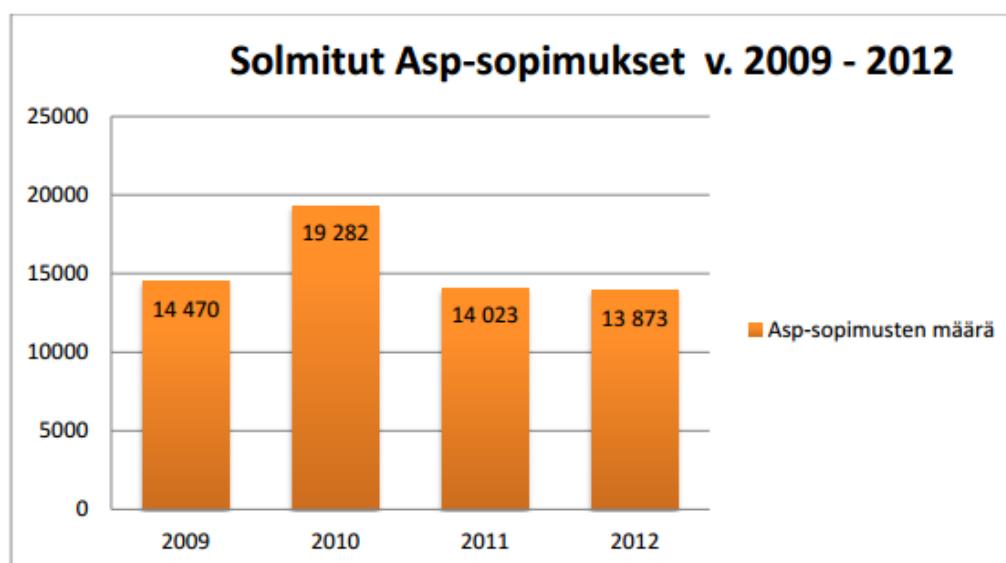
Säästöjen kartuttaminen ennen ensimmäisen oman asunnon hankkimista on helppoa asuntosäästötilin avulla. Kuukausittainen säästäminen on käytännöllistä ja samalla tasapainottaa omaa taloudellista tilannetta ja vähentää riskejä, koska koko summaa ei tarvitse säästää niin lyhyessä ajassa. (Finanssivalvonta 2011.) Asuntosäästäminen edellyttää säästäjältä pitkäaikaisista sitoutumista säästämiseen ja säästöjen kasvattamiseen. Se vaatii hyvän taloudellisen tasapainon ja jatkuvan toimeentulon ja suunnittelun asunnon oston toteutumiselle. (Nordea pankki Suomi Oyj 2012.)

Säästämisen tärkeyttä on viime vuosina korostettu ensiasunnon hankinnassa, korkeaksi kasvaneen velkaantuneisuuden määrän vuoksi. Tämä korostuu erityisesti nuorten asunnonomistajien kohdalla. Säännöllinen säästäminen asuntoa varten pitkällä aikavälillä on avain varmaan tuottoon ja omien varojen kasvattamiseen. (Finanssivalvonta 2012.) Nyt asuntosäästämisen toivotaan muodostuvan eräänlaiseksi trendiksi nuorten ensiasunnon ostoa harkitsevien keskuudessa.

2.5 ASP-Sopimus

ASP-sopimus on nuoren ensiasunnon ostoa harkitsevan ja pankin välinen asutosäästöpalkkiosopimus. ASP-sopimus on nuoren ja pankin yhteinen suunnitelma tulevan ensiasunnon hankinnalle ja samalla syntyneelle ASP-asiakkuudelle. Sopimuksessa on myös ennakkosuunnitelma tulevan lainan yksityiskohdista ja säätämisestä.

ASP-sopimukseen kuuluu ASP-tilisopimus, joka toimii säästörahojen talletuskohteena. Järjestelmä palvelee kohderyhmää, joka koostuu iältään 18-30-vuotiaista yksityishenkilöistä. Sopimuksen on oikeutettu solmimaan asutosäästöpalkkiojärjestelmän ehtojen alaisuuteen kuuluva nuori, joka täyttää ikärajakriteerin. (Ympäristöministeriö 2009.)



Kaavio 1: Solmitut ASP-sopimukset Suomessa v. 2009-2012 (Ympäristöministeriö 2009.)

Yllä oleva kuvio havainnollistaa Suomessa vuosina 2009-2012 solmittujen asutosäästöpalkkiosopimusten muutoksia. Tällöin oli vielä voimassa 3000 euron ylimääräinen ASP-palkkio asunnon hankkijoille (Ympäristöministeriö 2009).

2.6 Tyytyväisyys pankkeihin Suomessa

Suomalaisten tyytyväisyys omaa pankkia kohtaan on laskenut. Viime vuosina pankkien kontto-reita on vähennetty ja tämä on johtanut asiakasuskollisuuden ja tyytyväisyyden laskuun. Tyytyväisimmät asiakkaat on POP Pankilla, tämän jälkeen tulevat Handelsbanken ja Säästöpankki sekä S-Pankki, OP-Pohjola ja Nordea. Häntää pitää Danske Bank. Nämä tulokset ilmenevät Epsi Rating tutkimuksesta. (Iltasanomat 2013.) POP Pankki on ollut tyytyväisyystilastojen kärjessä jo kolmena vuotena peräkkäin yksityisasiakkaiden keskuudessa (Talouselämä 2014). Asiakkaiden mielestä pankit ovat vieraantuneet asiakkaiden arjesta. Eniten tyytyväisyyden laskuun vaikuttavat konttorien vähentämiset ja palvelumaksujen nostaminen. Kuluttajat jopa kokevat, etteivät pankit ole kiinnostuneita ihmisten asioista. Suurten pankkien kohdalla tyytyväisyys on jyrkimmässä laskussa. (Yle 2013.) Tässä opinnäytetyössä selviää mitä Suupohjan Osuuspankin palveluista ajatellaan nuorten asiakkaiden keskuudessa.

3 Asiakkuuden elinkaari

Asiakkuudella on jokaisen asiakkaan kohdalla omanlaisensa elinkaari. Asiakkuuden elinkaarella tarkoitetaan asiakassuhteen pituutta ja sen arvoa eri osapuolille. Asiakkuus saa aina alkunsa jonkinlaisesta ostotapahtumasta, esimerkiksi siitä että henkilö liittyy pankin asiakkaaksi ja avaa itselleen tilin. Asiakkuuden elinkaari jatkuu koko asiakkuuden ajan, eli niin kauan kuin asiakkaalla on pankissa käytössä palveluja. Asiakkuuden päättyminen ei ole aina selkeästi havaittavissa. Se voi päättyä vähitellen ostoja tai palvelujen käyttöä vähentämällä tai yhdellä kerralla asiakkaan lopettaessa kaikkien yrityksen palvelujen ja tuotteiden käytön. (Korkeamäki, Lindström, Ryhänen, Saukkonen & Selinheimo 2002,138.)

Asiakassuhteita arvioitaessa tärkeää on molemminpuolinen arvon tuottaminen. Jos asiakas kokee saavansa arvoa asiakkuudestaan yrityksessä, niin pitkäaikaiselle asiakassuhteelle on hyvät edellytykset. Myös yrityksen täytyy saada arvoa asiakassuhteistaan. Asiakkaan tuoma positiivinen vaikutus yrityksen kannattavuuteen on asiakkuuden ensisijainen arvo. Asiakas tuo yritykselle arvoa esimerkiksi suosittamalla yritystä tai antamalla sille osaamisarvoa. (Korkeamäki ja muut 2002,139.)

Asiakassuhteet ovat aina vuorovaikutusta yrityksen ja asiakkaan välillä. Asiakkuuden eri vaiheissa vuorovaikutuskin on erilaista, koska suhde asiakkaan ja yrityksen välillä kehittyy ja siksi vuorovaikutus muuttuu muotoaan ja syvenyy ajan kuluessa. Asiakkuuden elinkaaren voi jakaa neljään erilaiseen asiakkuuden vaiheeseen, ne ovat hankinta, haltuunotto, kehittäminen ja säilyttäminen. (Korkeamäki ja muut 2002,139.)

Uusien asiakkaiden hankinta on yritykselle aina kalliimpaa kuin vanhojen asiakkaiden säilyttäminen. Hankintavaiheessa on tärkeää viestiä asiakkaalle avoimesti, asiakkaan pitää kokea saavansa jotain enemmän kuin muilta saman alan yrityksiltä. Tällöin yritys on pystynyt tuottamaan asiakkaalle lisäarvoa, joka muuttaa asiakkaan käyttäytymistä. Pankissa esimerkiksi kahvin tarjoaminen omaa asiointivuoroa odottaessa on lisäarvon tuottamista asiakkaalle. Asiakkaan haltuunotto tarkoittaa sitä, että asiakassuhde pyritään saamaan pysyväksi asiakkuudeksi. Asiakkaalle pyritään lisäämään arvoa ja näin tavoitellaan suurempaa osaa asiakkaan kokonaisostoista. (Korkeamäki ja muut 2002,140.)

Asiakkuuden kehittämisellä pyritään syventämään suhdetta entisestään. Tällöin asiakas täytyy tuntea syvällisemmin ja hänen tarpeensa tulee huomioida tuotteita ja palveluja tarjottaessa. Tavoitteena on sitouttaa asiakas yritykseen, painoarvo on tällöin suurimmaksi osaksi asiakas-kohtamisissa asiakkaan ja yrityksen välillä. Nämä kohtaamiset voivat olla asiakkaalle poikkeuksellisia, säännöllisiä tai rutiinikohtauksia. Onnistuessaan nämä kohtaamiset saavat asiakas-tyytyväisyyden kasvamaan. Poikkeuksellisia asiakas-kohtauksia tapahtuu harvoin, mutta niissä tehdään suuria päätöksiä, tällöin onnistuminen tai epäonnistuminen vaikuttaa asiakkaan tyytyväisyyteen todella paljon. Tällaisia kohtaauksia ovat esimerkiksi asuntokauppa tai pankissa lainapäätöksen saaminen. Rutiinikohtauksia tapahtuu useammin ja niiden epäonnistuessa asiakas antaa yritykselle usein muutaman kerran anteeksi, mutta toistuvasti niissäkään ei voi

epäonnistua. Säännöllisiä kohtaamisia puolestaan ovat asiakkaan palveleminen ja muu asiakaspalvelun kirjo. (Korkeamäki ja muut 2002, 140-141.)

Asiakkuuksien säilyttämiseen yrityksen tulisi panostaa kaikkein eniten. Asiakkaiden hankintaan kulutetaan usein paljon resursseja, vaikka niitä tulisi laittaa myös vanhojen asiakkaiden säilyttämiseen. Asiakas vaihtaa usein yritystä, jos yrityksen asiakkaalle tuoma arvo laskee liikaa, myös yleisesti tyytyväinen asiakas voi siis vaihtaa yritystä. Asiakkaat voi säilyttää tuottamalla asiakkaalle arvoa asiakassuhteen kaikissa vaiheissa. (Korkeamäki ja muut 2002,141.) Mahdollisia merkkejä yrityksen vaihtoaikasta asiakkaan puolelta voivat olla esimerkiksi muutokset ostohistoriassa, osoitteen muuttuminen tai asiakkaan tekemä reklamaatio. (Takanen 2013, 13.)

3.1 Asiakassuhteiden ylläpitäminen

Asiakkuuden ylläpitämisellä pyritään pitämään kiinni organisaatiolle tärkeistä asiakkaista. Asiakkuuden säilyttämisessä tähdätään tiettyjen, tärkeimpien asiakkuuksien säilyttämiseen. Yrityksessä voidaan huomata, että kaikki asiakkuuden eivät olekaan kovin kannattavia, koska asiakkailla ei ole samanlaista kasvupotentiaalia. Kaikki asiakkaat eivät myöskään välttämättä ole uskollisia, vaan voivat vaihtaa yritystä paremman tarjouksen saatuaan. (Buttle 2009, 257-260.) Uusien asiakkuuksien hankkiminen on viisinkertaisesti kalliimpaa, kuin olemassa olevien asiakkuuksien ylläpitäminen (McDonald & Woodburn 2011, 153-154).

Asiakassuhteiden ylläpitäminen vaatii, että yrityksen tulee pitää jatkuvasti yhteyttä asiakkaisiin (Anttila 1994, 121). Tärkeiden asiakkaiden säilyttäminen voi olla organisaatiolla vaikea tehtävä, sillä aina on olemassa kilpailijoita, jotka myös haluavat taloudellisesti merkittäviä asiakkaita. Kilpailu asiakkaista johtaa usein siihen, että yrityksen rahalliset resurssit suunnataan tärkeisiin asiakkuuksiin, sillä niistä tulee suurin liikevaihto, se ei kuitenkaan yksin vielä takaa sitä että asiakkuus säilyy. (Buttle 2009, 262.)

Tärkeä osa asiakkuuden säilyttämisessä on selvittää asiakkaan sitoutumisen taso. Se kertoo, miten sitoutunut asiakas on yritykseen, jolta se palveluja ostaa. Jos asiakas on erittäin sitoutunut, hän pysyy asiakkaana, eikä vaadi suuria rahallisia tai ajallisia resursseja. Heikommin sitoutunut taas voi sitouttaa suuremman määrän yrityksen rahaa ja aikaa. Tämän vuoksi tiettyyn asiakkaaseen tulee sijoittaa vain tietty määrä panostusta. Siksi on tärkeää, että yritys tietää miten sitoutuneita heidän asiakkaansa ovat yritykseen, samalla varmistetaan ettei niin sanottuihin huonompiin asiakkaisiin tuhleta suuria määriä aikaa ja muita resursseja. (Buttle 2009, 260-264.)

Merkittävä asia asiakkuuden säilyttämisessä on asiakastyytyväisyys. Asiakkaalla on aina toiveita ja odotuksia ja yrityksen tulee muistaa kuunnella niitä, osatakseen tarjota asiakkaille juuri heidän haluamiaan palveluja ja tuotteita. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttaa kolme eri ominaisuutta: palvelun odottamattomat, odotetut ja vaaditut ominaisuudet. Odottamattomia ovat ne asiat, joita asiakas ei osaa odottaa palvelulta. Tässä onnistuessaan yritys antaa itsestään

todella myönteisen kuvan asiakkaalle. Usein, vaikka asiakas ei osaa odottaa tiettyä palvelua, hän tuntee sen erittäin hyödylliseksi ja on tyytyväinen palveluun. (Buttle 2009, 260-264.) Odotettujen arvojen asiakas tietää kuuluvan tuotteeseen tai palveluun. Ne ovat yleensä hin- tasidonnaisia ja vaikuttavat melko paljon asiakastyytyväisyyteen. Viimeisenä tulevat vaaditut ominaisuudet, joiden täytyy kuulua tuotteeseen tai palveluun. Niiden puuttumista asiakkaat eivät katso hyvällä. Kaikkien näiden kolmen ominaisuuden toimiessa tasapainossa asiakkaat voidaan pitää tyytyväisinä ja he melko todennäköisesti pysyvät asiakkaina myös jatkossa saa- dessaan myös odottamattomia kokemuksia, vaadittujen ja odotettujen kokemusten lisäksi. (Buttle 2009, 265-267.)

3.2 Asiakassuhteiden kehittäminen

Jos asiakkuuksista halutaan pitkäaikaisia, tulee asiakas pitää tyytyväisenä. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että asiakasta tulee kuunnella ja tämän odotukset pitäisi pystyä täyttämään. Asiakas arvostaa myös sitä, että hän näkee miten paljon hänen eteensä on panostettu. Organisaation tulee olla selvillä siitä, mitä asiakkaat oikeasti haluavat, oletuksia ei voi tehdä. Tärkeää on käsitellä myös ongelmatilanteet oikein ja oppia niistä, näin asiat osataan tehdä jatkossa paremmin. (Vähämäki 2012: 13-14.)

Asiakkaat voidaan ottaa mukaan myös yrityksen ongelmanratkaisuun ja uusien tuotteiden tai palvelujen kehittämiseen. Tällöin asiakas tuntee, että hänen mielipiteitään ja toiveitaan ar- vostetaan ja hän näkee yrityksen entistä paremmassa valossa. (Vähämäki 2012: 14-15.) Asiak- kaiden antamaa palautetta ja sen pohjalta toteutettua kehitystä ei tule myöskään aliarvioida. Palvelujen ja tuotteiden käyttäjät ovat aina se ryhmä, jolta kannattaa kysyä mielipiteitä ja kehitysehdotuksia, sillä he tuntevat olemassa olevan tuotteen ja tietävät mitä se jo sisältää, näin saadaan varmasti uudenlaista näkökulmaa. (Kaupan liitto 2010.)

3.3 Asiakasmarkkinointi

Markkinoinnin avulla yritys viestii mahdollisille asiakkaille omista tuotteistaan ja pyrkii samal- la erottumaan kilpailijoista. Nykyään hyvä markkinointiosaaminen rakentuu hyvän asia- kasosaamisen ympärille, joten se keskittyy aiempaa enemmän asiakkaiden ostokäyttäytymi- seen ja ostajien tarpeiden tyydyttämiseen. (Bergström & Leppänen 2005, 9.) Asiakassuhde- markkinoinnilla tarkoitetaan tavoitteellista ja suunnitelmallista asiakassuhteiden hoitamista sekä uusien asiakkaiden hankinnassa että pidempiaikeisten asiakassuhteiden ylläpitämisessä ja kehittämisessä (Korkeamäki, Lindström, Ryhänen, Saukkonen & Selinheimo 2002, 142).

Markkinoilta löytyy useita asiakasryhmiä, joiden tarpeet ja ostotavat ovat erilaisia. Aiemmin asiakkaat on jaettu ryhmiin esimerkiksi iän, sukupuolen, ammatin tai koulutustason mukaan, mutta nyt kun markkinointi muuttuu asiakaskeskeisemmäksi ja kohdistetuksi asiakkaat jae- taan ryhmiin muun muassa asenteiden, arvojen, elämäntyylien ja ostomotiivien mukaan. Nä- mä uuden jaottelun asiakasryhmät ovat huomattavasti aiempaa pienempiä. Asiakaskeskeises- sä markkinoinnissa pyritään tyydyttämään samanaikaisesti usean eri asiakasryhmän tarpeita

myymällä useita erilaisia tuotteita ja palveluja. Kohdistetussa markkinoinnissa on nykyään todella tärkeää tuntea asiakkaidensa tarpeet ja ostotottumukset, tällöin ollaan kilpailijoita edellä ja osataan valita asiakkaalle oikea tuote tai palvelu ja pystytään ylittämään asiakkaan odotukset ja vaatimukset. (Bergström & Leppänen 2005, 16.)

Tärkeimpiä suhteita yritykselle ovat asiakassuhteet ja markkinoinnissa on keskeistä löytää oma asiakaskunta, jonka tarpeet ja ostokäyttäytyminen tunnetaan hyvin. Tuotekehitysikin voi tällöin olla asiakaslähtöistä ja kohdistettua, tuotteet myös hinnoitellaan ajatuksella ja saataavuudesta pyritään huolehtimaan. Eri markkinointikanavia käyttäen voidaan lähestyä sekä uusia että olemassa olevia asiakkaita. Yrityksille ei riitä että asiakas ostaa kerran, vaan hänet halutaan saada ostamaan toistuvasti samalta yritykseltä. Yksittäisistä markkinointikampanjoista onkin siirrytty pitkäkestoisempaan ja asiakassuhteita kehittävään ja rakentavaan markkinointiin. (Bergström & Leppänen 2005, 17.)

Asiakassuhdemarkkinoinnin tärkeimpiä osa-alueita ovat potentiaalisten ostajien kartoittaminen ja oikeiden markkinointikeinojen löytäminen ja kehittäminen. Asiakassuhteiden kehitystä pyritään seuraamaan ja asiakkaisiin halutaan luoda helppoja keskusteluyhteyksiä, joita voi ylläpitää myös etäisyyksien päästä. Lisäksi asiakaskannattavuutta ja asiakaspalautteita, sekä tyytyväisyyttä palveluihin ja tuotteisiin seurataan aiempaa tarkemmin. Myös asiakasuskollisuutta pyritään ylläpitämään ja asiakassuhteiden kestoa pidentämään. (Bergström & Leppänen 2005, 18.)

Mitä parempi asiakas on, sen paremmin tulee hoitaa myös asiakassuhdetta. Hyvät asiakkaat pitävät yritystä pääostopaikkanaan, ostavat säännöllisesti ja suosittelevat yritystä ja sen palveluja myös muille. Hyvä asiakas siis tuottaa yritykselle enemmän, kuin mitä suhteen synnyttämiseen ja ylläpitoon on panostettu. Esimerkiksi pankit kilpailevat paljon opiskelija-asiakkaista, sillä heistä voi tulla tulevaisuudessa suurempia ostoja tekeviä hyviä asiakkaita. (Bergström & Leppänen 2005, 18.)

3.4 Kannattava markkinointi

Kannattava markkinointi koostuu useasta eri osa-alueesta, jotka yhdessä muodostavat kannattavan markkinoinnin kokonaisuuden. Näitä osa-alueita ovat: kannattavat ja arvokkaat asiakkuudet, tehokas ja vaikuttava markkinointiviestintä, kannattava hinnoittelu, toimivat markkinointi- ja jakelukanavat, tuoteportfolion kannattava hallinta ja markkinoinnin talousohjaus. (Mäntyneva 2002, 11.)



Kaavio 2: Näkökulmat kannattavaan markkinointiin (Mäntyneva 2002, 11.)

Kannattaviin ja arvokkaihin asiakkuuksiin on keskitytty tarkemmin luvussa 4.2. Tuote tai palvelu on markkinoiden tärkein kilpailukeino, sillä tuote luo edellytykset muiden kilpailukeinojen käytölle. Yritys ei nimittäin voi olla kannattava ilman hyviä tuotteita tai palveluja. (Mäntyneva 2002, 52.) Hinnoittelu on myös tärkeässä asemassa yrityksen kannattavuuden osalta (Mäntyneva 2002, 84). Monet luulevat että tuotteiden hinnoittelu on helppoa, koska kaikki ostavat tuotteita kuitenkin jollain hinnalla. Hinnoittelussa tulee kuitenkin ottaa huomioon monia seikkoja, kuten valmistuskustannukset, tuotto, tuotteen brändäys ja markkinointi. (Business Insider 2013.) Lähtökohtaisesti hinnoittelu aloitetaan aina yrityksen kustannuksista. Hinnoittelua tulee aina pohtia harkinnan ja laskelmien kautta. Hinnoittelu on menestyksessä, kun yritys ymmärtää miten kustannukset, asiakkaat ja ympäristö vaikuttavat hinnoitteluun. (Mäntyneva 2002, 84.)

Tehokkaalla markkinointiviestinnällä pyritään vaikuttamaan asiakkaiden mielipiteisiin ja yritetään saada aikaan ostopäätöksiä. Tehokkaassa markkinointiviestinnässä käytetään usein AIDA mallia, joka toimii seuraavalla tavalla. Ensin pyritään saamaan ostajan huomio (attention), tämän jälkeen herätellään kiinnostusta tuotetta tai palvelua kohtaan (interest), seuraavaksi yritetään synnyttää ostohalu (desire) ja viimeisenä halutaan toteuttaa varsinainen ostotilanne (action). (Mäntyneva 2002, 123.) Markkinointiin liittyen tulee päättää mitä kanavaa tai kana-

via markkinoinnissa lähdetään hyödyntämään. Samalla päätetään mitä kautta yritys myy ja jakelee tuotteitaan tai palvelujaan. Tässä täytyy pohtia myös asiakasta ja sitä mistä hän mielellään haluaa tuotteen ostaa. Markkinoinnissa tulee siis keskittyä myös ostamisen helppouteen, sillä tuotteen hankkiminen ei saa koskaan olla ostajalle liian kovan työn takana. (Mäntyneva 2002, 136.) Myös budjetti on tärkeässä osassa kannattavuudessa, se määrittellään yrityksen toiminnan rahamääräiseksi ohjausvälineeksi. Sillä kuvataan myös yrityksen eri osien tavoitteita ja käytettäviä resursseja. Budjetoinnin tulee olla onnistunut, jos yritys haluaa pysyä voitollisena ja lisätä kannattavuuttaan. (Mäntyneva 2002, 147.)

3.5 Asiakaskannattavuus

Asiakkuus on asiakkaan ja organisaation välisistä kohtaamisista ja vuorovaikutustilanteista muodostuva prosessi, joka alkaa siitä kun asiakas ostaa yritykseltä ensimmäisen tuotteen tai palvelun. Asiakkuuksissa huomio kiinnittyy asiakaskokemuksiin, -tyytyväisyyteen, -uskollisuuteen ja -kannattavuuteen. Tässä yhteydessä keskitytään kuitenkin tarkemmin ainoastaan asiakaskannattavuuteen. (Mäntyneva 2002, 14.)

Asiakaskannattavuudessa tarkastellaan asiakasta, joka ostaa tuotteita tai palveluja yritykseltä. Asiakaskannattavuus on näkökulma, johon aikaulottuvuus sopii mainiosti. Asiakassuhteet ovat usein pitkäaikaisia tai ainakin niistä pyritään tekemään sellaisia, sillä uudet asiakkaat ovat hankinnan jälkeisinä vuosina vielä melko kannattamattomia. Kannattavuus paranee vuosien myötä hankintakustannusten tasaamisen jälkeen. Monet tekijät, jota vaikuttavat asiakaskannattavuuteen, esimerkiksi markkinointitratkaisut, vaikuttavat asiakkaisiin melko pitkän ajanjakson aikana, joten muutokset asiakaskannattavuudessa eivät tapahdu nopeasti. (Hellman & Värilä 2009, 119-120.)

Asiakkaiden kannattavuus on elinehto yrityksille. Että yritys voi menestyä, täytyy suuren osan asiakkaista olla yritykselle kannattavia. Asiakkaiden kannattavuutta kannattaa tutkia sekä lyhyellä että pidemmällä aikavälillä, sillä asiakkaiden tulevaisuuden kannattavuutta on vaikea määrittellä etukäteen. Kannattamattomien asiakkaiden asiakkuudet ovat yleensä melko monimutkaisia ja ne eivät välttämättä tuota arvoa yritykselle eivätkä asiakkaalle. Tässä vaiheessa täytyy alkaa nostaa asiakkuuden arvoa uudelleensuunnittelun avulla. Esimerkiksi pankit pyrkivät ohjaamaan ja rohkaisemaan asiakkaitaan sähköisten palvelujen pariin sen sijaan, että asiakkaat käyttäisivät kalliita henkilökohtaisia palveluja. Asiakaskannattavuudella tarkoitetaan yhden asiakkuuden kannattavuutta, esimerkiksi yhden vuoden ajalta, kaavana se näyttää tältä: asiakkuustulot - asiakkuuskustannukset = asiakaskannattavuus. (Korkeamäki, Lindström, Ryhänen, Saukkonen & Selinheimo 2002, 162.)

Asiakkuuden kannattavuutta voi parantaa kasvattamalla siitä saatavia tuloja ja samalla pienentämällä asiakkuuden ylläpitämiseen liittyviä kustannuksia, aivan kuten aikaisemmassa pankkiesimerkissä. Pidemmällä aikavälillä kaikkien asiakkuuksien pitäisi olla kannattavia. Kannattavuustarkastelussa asiakkaat voidaan jakaa seuraavasti vaadittavien toimenpiteiden mukaan: suojeltavat asiakkuudet, kehitettävät asiakkuudet ja muutettavat asiakkuudet. Suo-

jeltävien asiakkuuksien arvo on yritykselle suurin. He ovat usein kanta-asiakkaita, joiden kohdalla on onnistuttu hyvin arvontuottamisessa. Tällöin asiakassuhde on myös kannattava ja asiakkaat ovat uskollisia yritykselle. Näiden asiakkaiden kohdalla tavoitteena on säilyttää kannattavuus ja syventää sitä entisestään. Kehitettävien asiakkuuksien kohdalla on hyvä mahdollisuus saada lisää kannattavia asiakkuuksia, heidän kohdallaan tarjontaa tulee laajentaa ja kehittää. Muutettavat asiakkuudet ovat kannattamattomia yritykselle. Näistä asiakkuuksista tulee luopua tai niiden arvontuotantoprosessi tulee suunnitella uudestaan. (Korkeamäki, Lindström, Ryhänen, Saukkonen & Selinheimo 2002, 163-164.)

Yrityksen tulee lisäksi miettiä millä markkinoilla olevat asiakkaat ovat tulevaisuudessa ja millaisilla toimintatavoilla heistä voidaan tehdä yritykselle kannattavia. Asiakaskannattavuuteen vaikuttaminen on hyvin pitkäjänteistä ja hidasta yritykselle. Asiakkaan huono kannattavuus ei myöskään ole asiakkaan syytä, sillä lähes poikkeuksessa syy on yrityksessä. Yritys on joko hinnoitellut tuotteensa ja palvelunsa väärin, tehnyt huonon sopimuksen asiakkaan kanssa, panostanut asiakkaaseen liikaa tai liian vähän tai toiminut muuten väärällä tavalla tilanteeseen nähden. (Hellman & Värilä 2009, 120-121.)

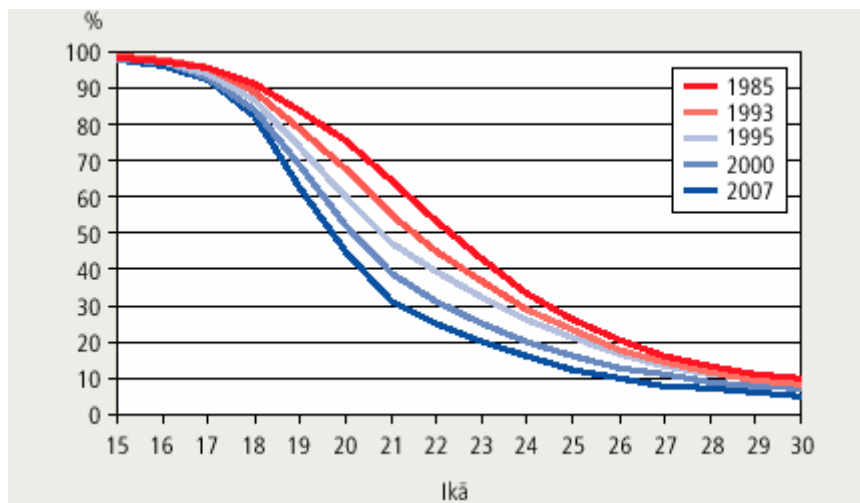
Kannattavan asiakkuuden parantamista hidastavat seuraavat seikat: asiakkaan ja yrityksen väliset sopimukset, toiminnan mallit, asiakkaan omaksumat osto- ja käyttäytymismallit, tutut kaupankäynti- ja kommunikointikanavat ja kilpailijoiden toiminta. Tämän vuoksi asiakaskannattavuuden suunnitelmallinen ja tavoitteita vaaliva toiminta on tärkeää. Yrityksen pitää tietää mistä asiakaskannattavuus muodostuu ja mihin vaikuttamalla sitä saadaan paremmaksi ja mitä muutoksia se yritykseltä vaatii. (Hellman & Värilä 2009, 121.)

Asiakaskannattavuuden voi laskea helposti asiakasryhmän tai yksittäisen asiakkaan kohdalla, mutta tarvittavan tiedon saanti on tässä tilanteessa haasteellista. Seuraavia tietoja tarvitaan, että asiakaskannattavuus voidaan laskea: asiakaskäynnit ja muut kontaktit, koulutus, kohdenetut kampanjat, kanavien käyttö, maksuhäiriöt, hyvitykset, sopimukset, reklamaatiot, palautukset, vaihdot, asiakkaan toimialan kehitys ja lisäksi liikelahjat ja edustaminen vaikuttavat kannattavuuteen asiakaskohtaisesti. (Hellman & Värilä 2009, 121.)

3.6 Nuorten muuttaminen Suomessa

Suomessa nuoret muuttavat pois kotoa varsin nuorina muihin Euroopan maihin verrattuna. Maaseudulla nuoret kuitenkin asuvat kauemmin vanhempiensa luona, kuin kaupungeissa asuvat nuoret. Kaikkialla Euroopassa naiset muuttavat lapsuudenkodistaan nuorempina kuin miehet. Yleisimpiä syitä muuttoon ovat opiskelu, yhteen muutto kumppanin kanssa sekä halu tulla toimeen omillaan ja itsenäistyä. Kotoa muuttamisen syyt ovat pysyneet samoina viimeisen kahdenkymmenen vuoden ajan, ainoastaan painotukset ovat vaihdelleet. (Nikander 2009.)

Ennen vuonna 1994 voimaantullutta kotikuntalakea opiskelijoita ei hyväksytty opiskelupaikkakuntiansa vakituiseksi asukkaiksi, vaan heidän tuli olla kirjoilla lapsuudenkodissaan. Kuviosta 1 voidaan kuitenkin huomata, että kotona asuvien nuorten osuus pieneni jo ennen kotikuntalain muutosta. Esimerkiksi 21-vuotiaista kotona asui 64 % vuonna 1985, mutta jo vuonna 1993 kotona asuvien nuorten osuus oli vain 55 %. (Nikander 2009.)

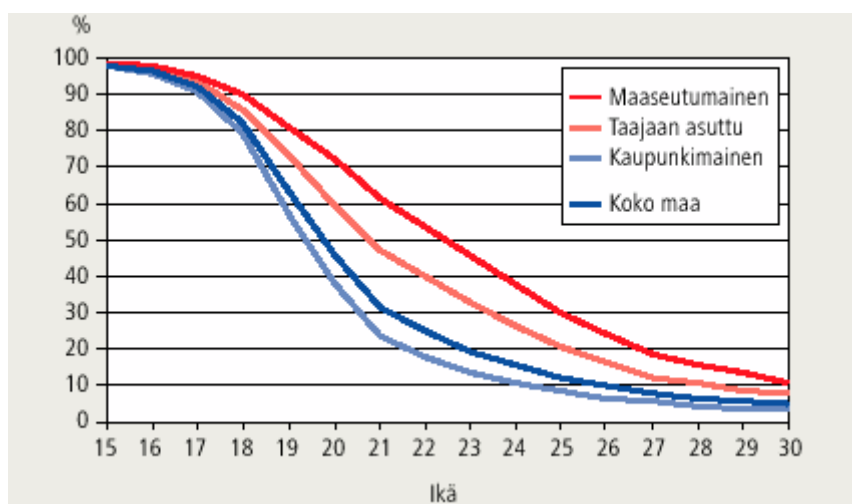


Kaavio 3: Lapsuudenkodissa asuvat 15-30-vuotiaat vuosina 1985, 1993, 1995, 2000 ja 2007. Prosentteina (Nikander 2009.)

Tämän kotikuntalain muutoksen jälkeen kehitys jatkui samansuuntaisesti ja kotona asuvien nuorten osuus on pienentynyt vuosi toisensa jälkeen. Vuonna 1995 kotona asui vajaa puolet 21-vuotiaista ja vuonna 2007 enää hieman alle kolmannes. Naiset lähtevät kotoa miehiä nuorempina, eikä tämä ero ole kymmenessä vuodessa juurikaan pienentynyt. Tätä selittää osaksi se, että miehet asuvat usein kotona vielä varusmiespalveluksen ajan, kun taas naiset ovat tällöin jo opiskelemissa ja muuttavat siksi pois kotoa. (Nikander 2009.)

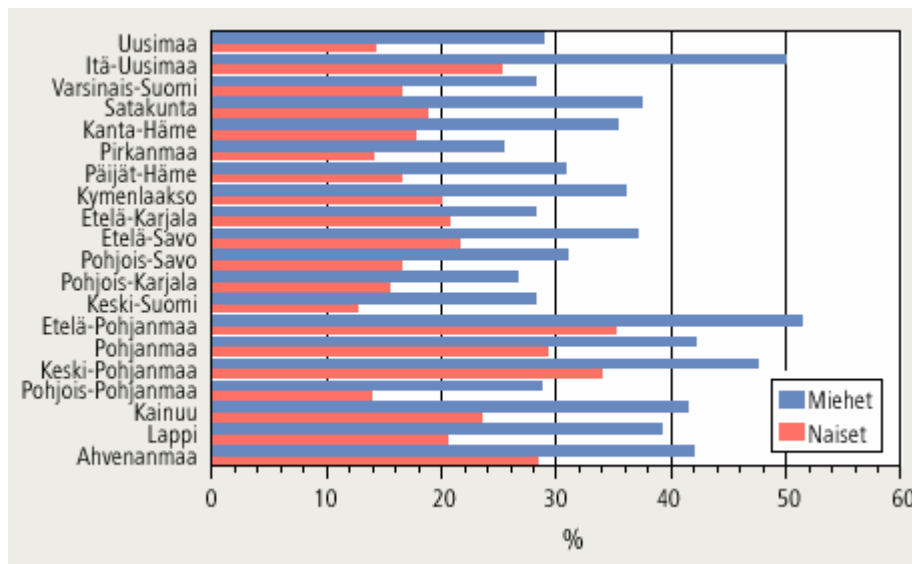
Kotoa muutetaan aluksi asumaan yksin, eniten yksin asuvia on 25-vuotiaiden joukossa, sillä heistä kolmannes asuu yksin. Naisten keskuudessa yksin asuvien osuus on suurimmillaan noin 22-vuoden ikäisenä, jolloin yli neljännes asuu yksin. Vähitellen kuitenkin ikäluokkien kasvaessa avio- tai avoliitossa asuvien osuus lähtee kasvamaan. (Nikander 2009.)

Kaupungeissa nuoret asuvat useammin yksin, kuin maaseutukunnissa. Kaupungeissa 21-vuotiaista nuorista vajaa neljännes asui kotona vuonna 2001, kun taas maaseutukunnissa samanikäisistä asui kotona 60 %. (Nikander 2009.)



Kaavio 4: Lapsuudenkodissa asuvat 15-30-vuotiaat erityyppisissä kunnissa vuonna 2007. (Nikander 2009.)

Maaseudulla lapsuudenkodissa asuvien runsas määrä voi tarkoittaa sitä, että itsenäiseen asumiseen ei ole samalla lailla mahdollisuuksia kuin kaupungeissa, esimerkiksi huonon vuokra-asunto tarjonnan takia. Myös maakuntien välillä on tässä suhteessa paljon eroja. Esimerkiksi Pirkanmaalla 22-vuotiaista noin 20 % ja Etelä-Pohjanmaalla jopa 44 % asuu kotona. Suurimmillaan nämä maakuntien väliset erot ovat 20-24-vuotiaiden joukossa, mutta ne taasoittuvat vanhemmiten. (Nikander 2009.)



Kaavio 5: Lapsuudenkodissa asuvat 22-vuotiaat sukupuolen mukaan maakunnittain vuonna 2007 (Nikander 2009.)

On kuitenkin hyvä pitää mielessä, että ylhäällä aiemmin mainitut tilastoluvut kuvaavat vain tietynlaisissa kunnissa asuvien nuorten tilannetta. Luvut eivät kuvaa kotoa muuttamisen yleisyyttä, sillä tarkastelussa ei ole voitu ottaa huomioon kuntatyyppien välistä muuttoliikettä. Esimerkiksi maalta kaupunkiin muuttanut nuori ei lukeudu synnyinkuntansa itsenäisesti asuvien joukkoon, vaan kasvattaa opiskelupaikkakuntansa itsenäisesti asuvien nuorten osuutta. (Nikander 2009.)

3.7 Pankkipalvelut ja asiakkuus

Pankkien nuorille asiakkaille tarjotaan nykypäivänä suuri määrä erilaisia sähköisiä palveluja. Niitä ovat esimerkiksi verkkopankki, mobiilipankki ja e-Asiakaspalvelu. Nuoret käyttävät paljon Internetiä ja sosiaalista mediaa, joten heille on luonnollista käyttää samankaltaisia palveluja myös pankin kanssa asioidessaan. Lisäksi se on heille nopein ja helpoin sekä luonnollisin tapa asioida.

Nuorille asunnon hankinnasta kiinnostuneille tarjotaan pankeissa ASP-tiliä, jonka avulla nuoret voivat säästää rahaa ensiasuntoonsa. Säästöille saa korkoa ja näin lainan saa pankista paremmin. ASP-lainan voi saada ainoastaan ensiasunnon ostaja, joka täyttää ikäehdon. Tilin voi avata yhdessä kumppanin kanssa tai yksin. Tilit voi asunnon oston yhteydessä helposti jakaa tai yhdistää.

Nuoret muuttavat nykyään entistä nuorempina pois lapsuudenkodeistaan. Naiset muuttavat omilleen ennen miehiä. Miehet muuttavat yleensä pois vasta käytyään armeijan. Nuoret muuttavat useimmiten aluksi asumaan yksin, mutta iän kasvaessa yhdessä asuvien nuorten määrä kasvaa tasaisesti.

Jokaisella asiakkuudella on omanlaisensa elinkaari. Hyvät asiakkuudet tuottavat arvoa molemmille osapuolille, sekä asiakkaalle että yritykselle. Asiakassuhteiden ylläpitämiseksi ja kehittämiseksi tulee tehdä paljon työtä ja asiakas täytyy oppia tuntemaan, että hänelle voidaan tarjota parhaita mahdollisia tuotteita ja palveluja. Pankkien tulee panostaa paljon myös asiakasmarkkinointiin ja varmistaa että kaikki erilaisiin asiakasryhmiin kuuluvatkin kokevat että heistä välitetään ja heille tarjotaan kohdennettuja palveluja. Yleensä asiakasmarkkinoinnin onnistuessa saadaan asiakas ostamaan tuotteita ja samalla parannetaan asiakkaan ja asiakkuuden kannattavuutta, mikä on hyväksi yritykselle.

4 Tutkimusmenetelmä

Tieteellinen tutkimus on aina eräänlaista ongelmanratkaisua, jossa yritetään ratkaista tutkimuskohteen toimintaperiaatteita. Tutkimus on aina myös luova prosessi ja se voi olla teoreettista tutkimusta tai empiiristä, eli havainnoivaa tutkimusta. Näiden kahden väliin mahtuu useita erilaisia vaihtoehtoja, mutta kaikille tavoille yhteistä on se, että halutaan saada vastauksia tutkimusongelmista johdettuihin kysymyksiin. (Heikkilä 2005, 13.)

Tutkimuksen onnistumisen kannalta on tärkeää osata valita järkevä kohderyhmä ja oikea tutkimusmenetelmä. Ensisijaisesti tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoite ratkaisevat valittavan tutkimusmenetelmän. Tutkimusongelma on kysymyksen muodossa pohdittava asia, johon tutkimuksella pyritään saamaan vastaus. Yksikään menetelmä ei kuitenkaan ole ainoa oikea tutkimusongelman ratkaisuun, vaan vaihtoehtoja saattaa olla useita. (Heikkilä 2005, 14.) Tässä opinnäytetyössä toteutetussa tutkimuksessa oli useita pääongelmia, koska työssä haluttiin tutkia kolmea toisistaan eroavaa kokonaisuutta. Alaongelmiakin oli samasta syystä tavallista enemmän.

Empiiristä tutkimusta varten kerättyä käsittelemätöntä dataa sanotaan tutkimusaineistoksi. Aineisto voi olla tutkimusta varten kerättyä tietoa eli primaarista tai johonkin toiseen tarkoitukseen hankittua eli sekundaarista. Tämä tutkimusaineisto muodostuu kohderyhmän tiedoista ja vastauksista. Nämä tiedot ovat yleensä vastauksia kysytyihin tutkimuskysymyksiin. Aineisto sisältää myös erilaisia muuttujia, niitä ovat esimerkiksi ikä, sukupuoli, kotipaikkakunta, sosiaalinen asema ja tyytyväisyys liikkeen tuotteisiin tai palveluun. (Heikkilä 2005, 14.)

Tässä opinnäytetyössä toteutettu kyselytutkimus on empiirinen tutkimus ja tarkemmin sanotuna kvantitatiivinen, eli määrällinen tutkimus. Tuloksissa halutaan saada vastaukset kaikkiin esitettyihin tutkimusongelmiin ja sen alaongelmiin. Tämän onnistuessa tutkimuksenkin voidaan sanoa onnistuneen hyvin.

4.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivinen tutkimus, toiselta nimeltään määrällinen tutkimus, on tilastollisen tutkimusmuoto. Tutkimuksella selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä ja eri asioiden välillä olevia riippuvuuksia tai tutkittavissa ilmiöittä tapahtuvia muutoksia. Tämä tutkimusmuoto edellyttää riittävän suurta kohderyhmää, eli otosta. Tutkimusaineiston keräämisessä käytetään usein standardoituja kyselylomakkeita valmiine vastausvaihtoehtoineen. Asioita kuvataan numeerisesti ja tuloksia havainnollistetaan aineistosta tehtyjen kuvioiden ja taulukoiden muodossa. Tällä tutkimustavalla saadaan selville olemassa oleva tilanne, mutta ei juurikaan voida selvittää asioiden syitä. (Heikkilä 2005, 16.)

Itse kerättävässä tutkimusaineistossa tulee tutkimusongelman perusteella päättää mikä on kohderyhmä ja tiedonkeruu menetelmä. Tämä päätetään aina tilanteen mukaan, vaihtoehdot ovat postikysely, www-kysely, haastattelu tai puhelinhaastattelu. (Heikkilä 2005, 18.)

Www-lomakkeiden teko vaatii asiantuntemusta ja koko tutkimuksen onnistuminen riippuu melko lailla kyselyn teknisen puolen toteutuksesta. Lisäksi on mietittävä miten tieto tutkimuksesta saadaan kohderyhmälle ja miten estetään otokseen kuulumattomien henkilöiden vastaaminen kyselyyn. (Heikkilä 2005, 18-19.)

Www-kyselyn hyviä puolia ovat, että vastauksia saadaan nopeasti ja vastaajilta voidaan kysyä arkaluonteisiakin kysymyksiä, myös oheismateriaalin käyttömahdollisuus on hyvä. Huonoja puolia ovat väärinkäytösten mahdollisuus ja vastausprosentin jääminen liian pieneksi, lisäksi avoimiin kysymyksiin jätetään helpommin vastaamatta. Postikyselyä koskevat muuten samat asiat, paitsi että vastausten saaminen on huomattavasti hitaampaa, kuin www-kyselyssä. (Heikkilä 2005, 20.)

4.2 Tutkimusprosessin vaiheet

Tutkimus muodostuu kokonaiseksi erilaisten vaiheiden kautta, tätä kokonaisuutta sanotaan tutkimusprosessiksi. Tutkimuksesta vastaavan on hallittava tällöin koko tutkimusprosessi ja oltava vastuussa sen etenemisestä. Tutkimuksen teko alkaa tutkimusongelman määrittämisellä ja aikaisempiin tutkimuksiin ja teoriaan perehtymisellä. Lisäksi tutkimuksesta tehdään tutkimussuunnitelma, jossa käydään yksityiskohtaisesti läpi tutkimuksen aihe, sen eteneminen ja kaikki muut siihen vaikuttavat asiat. (Heikkilä 2005, 22.)

Tutkimuksen asetelma koostuu kolmesta osa-alueesta: tutkimusongelmasta, aineistosta ja menetelmästä. Tutkimusongelma on tutkimuksessa tärkeässä asemassa, sillä tutkimuksesta saatava hyöty riippuu ongelman tai ongelmien oikeasta määrittelystä. Tutkimusongelmaa tulee ajatella aina, kun kootaan aineistoa tai käsitellään ja analysoidaan sitä. Näin tuloksissa vastataan varmimmin oikeisiin kysymyksiin. Tutkimusongelmana on aina pääongelma ja lisäksi siinä voi olla useita alaongelmia, joihin tutkimuksella haetaan vastauksia. Tämän jälkeen tutkimus jatkuu kyselylomakkeen laatimisella, aineiston ja teorian keräämisellä, tietojen käsittelyllä sekä analysoinnilla ja lopulta tulosten raportoinnilla. (Heikkilä 2008, 23-24.)

4.3 Kohderyhmä

Tutkimuksen perusjoukko, eli kohderyhmä, on tutkimuksen kohteena oleva ryhmä, josta tietoa halutaan kerätä. Tutkimuksen voi suorittaa otantatutkimuksena, jolloin ainoastaan osa ryhmästä tutkitaan, tai kokonaistutkimuksena johon koko kohderyhmä otetaan mukaan. (Heikkilä 2005, 14.)

Kohderyhmäksi on tässä tutkimuksessa valittu 18-30-vuotiaat nuoret Suupohjan Osuuspankin asiakkaat. Tämä on perusteltu sillä, että myös ASP-tili, jota opinnäytetyössä käsitellään, on kohdennettu juuri tälle ikäluokalle. Kohderyhmänä ovat ainoastaan Suupohjan alueen POP Pankkien nuoret, koska pankki haluaa saada juuri sen asiakkaita koskevaa tietoa.

4.4 Reliabiliteetti ja validiteetti

Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen luotettavuutta, eli kykyä saada ei-sattumanvaraisia tuloksia. Tämä voidaan todeta kyselyä toistamalla. Jos samasta kysymyksestä saadaan aina sama tulos, niin voidaan todeta että tulos on reliabeli. (Holopainen, Tenhunen & Vuorinen 2004, 26.) Tutkimuksen tulokset eivät saa olla sattumanvaraisia, sillä muuten ne eivät ole luotettavia. Luotettavankaan tutkimuksen tulokset eivät kuitenkaan ole samat, jos tutkimus toistetaan vuosien kuluttua tai toisessa yhteiskunnassa. Saadakseen luotettavia tuloksia, tutkijan tulee olla tutkimuksen teossa tarkka ja kriittinen. (Heikkilä 2008, 30.)

Validiteetin avulla tutkitaan tutkimuksen oikeellisuutta, eli sitä mitataanko sillä sitä mitä on haluttakin mitata. Validiteetti liittyy siis vahvasti tutkimukseen liittyvään teoriaan ja käsitteisiin. Sisäisellä validiteetilla katsotaan sitä, vastaavatko tutkimustulokset teoriassa esitettyihin asioihin ja käsitteisiin. Ulkoisesti validissa tutkimuksessa muutkin tutkijat tulkitisivat asian samoin, kuin tutkimuksessa on tulkittu. (Holopainen, Tenhunen & Vuorinen 2004, 26.) Jos tutkija ei aseta tutkimukselleen selkeitä tavoitteita, hän saattaa helposti tutkia väärää asiaa. Validius tutkimuksessa tarkoittaa siis systemaattisten virheiden puuttumista. Tällä tavoin suoritettut mittaukset ovat aina keskimäärin oikeita. Validissa tutkimuksessa täytyy määritellä hyvin myös käsitteet ja muuttujat. Validiutta on aina vaikea tutkia jälkikäteen, tämän vuoksi se on tehtävä etukäteen hyvällä tiedonkeruulla ja suunnittelulla. Kyselylomakkeen kysymysten tulee kattaa koko tutkimusongelma ja mitata oikeita asioita. Myös vastausprosentti, edustava otos ja tarkkaan määritelty kohderyhmä ovat tärkeitä validin tutkimuksen toteuttamisessa. (Heikkilä 2008, 29-30.)

4.5 Likertin asteikko ja ristiintaulukointi

Likertin asteikko on väittämässä käytetty 4- tai 5-portainen asteikko (Heikkilä 2008, 53). Asteikon on kehittänyt Rensis Likert (Holopainen, Tenhunen & Vuorinen 2004, 33). Vastaajan pitää valita asteikolta omaa mielipidettään parhaiten kuvaava vaihtoehto (Heikkilä 2008, 53). Tässä tutkimuksessa on käytetty 5 portaista asteikkoa: 0 = En osaa sanoa, 1 = En lainkaan tyytyväinen, 2 = Jonkin verran tyytyväinen, 3 = Melko tyytyväinen ja 4 = Hyvin tyytyväinen. Tässä asteikossa esimerkiksi mediaania ja keskiarvoja laskettaessa vaihtoehdon 0 valinnea ei lasketa mukaan, koska sen valinneet eivät ole osanneet vastata kysymykseen (Holopainen, Tenhunen & Vuorinen 2004, 33).

Ristiintaulukoinnilla voidaan selvittää kahden eri muuttujan välisiä yhteyksiä ja sitä millä tavalla ne vaikuttavat toisiinsa. Ne sijoitetaan samaan taulukkoon siten, että toinen muuttuja menee sarakkeille ja toinen muuttuja riveille. Taulukon ruuduissa olevat luvut kertovat, miten monta mainittujen ominaisuuksien omaavaa vastaajaa aineistossa on. Ristiintaulukointi voidaan suorittaa esimerkiksi SPSS-ohjelmalla. (Heikkilä 2008, 210.) Ristiintaulukoinnissa on vaatimuksena, että otos on riittävän suuri, sillä muuten vastaukset eivät ole kovin luotettavia, eikä niistä voida tehdä johtopäätöksiä. Ristiintaulukointia tehdään usein esimerkiksi sukupuolen tai iän mukaan. (Holopainen, Tenhunen & Vuorinen 2004, 158.)

4.6 Tutkimuksen toteuttaminen

Tässä työssä käytetään www-kyselyn ja postikyselyn yhdistelmää, koska koko kohderyhmällä ei ole käytössä pankin verkkopankkia. Näin saadaan vastauksia myös henkilöiltä, jotka eivät käytä Internetiä pankkiasioinnissa. Kohderyhmään kuulumattomien vastaaminen kyselyyn esitetään siten, että he eivät pääse vastaamaan kyselyyn mikäli lomake ei ole tullut heille pankin verkkopankkiin.

Kyselylomake on neljän sivun mittainen ja siinä käsitellään seuraavia aiheita: muuton vaikutus nuoren pankkisuhteeseen, asuntosäästöpalkkiotili, opintolaina, muu säästäminen ja nuorten pankkipalvelut. Lomake toteutettiin yhteistyössä toimeksiantajan kanssa ja se on pituudeltaan neljän sivun mittainen. Kyselylomake on liitteenä tässä opinnäytetyössä.

Kysely lähtee verkkopankin kautta 3061 POP Pankin asiakkaalle ja lisäksi lähetetään paperilomake 100 asiakkaalle postitse. Lomakkeet lähetettiin vastaajille 18.3.2014 ja vastausaika päättyi 4.4.2014. Vastauksia kyselyyn saatiin yhteensä 221 kappaletta. Vastausprosentti kyselyyn oli 6,99 %.

Vastaajia yhteensä	221 / 3161
Vastaajia verkkopankissa	207 / 3061
Vastaajia kirjeitse	14 / 100
Vastausprosentti	6,99 %

Taulukko 1: Vastaajamäärät

Tulosten analysoinnissa on käytetty SPSS taulukointiohjelmaa ja tuloksia on vertailtu ristiintaulukointia käyttäen. Ristiintaulukoinnin kautta on vertailtu naisten ja miesten vastausten mahdollisia eroavaisuuksia.

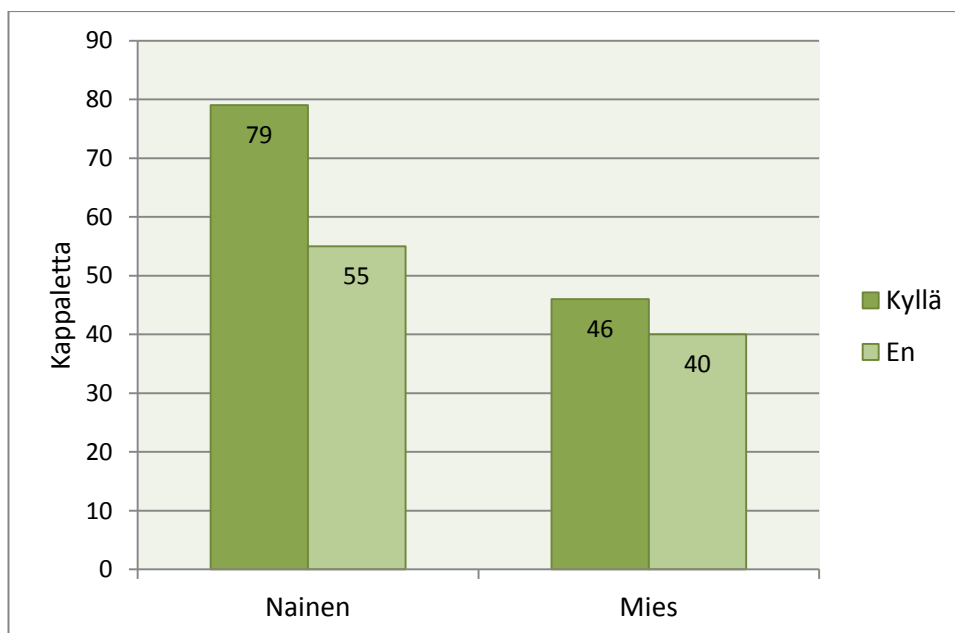
5 Nuorten pankkitutkimuksen tulokset

Luvussa käydään läpi tulokset, jotka on kerätty Suupohjan Osuuspankin 18-30-vuotiailta asiakailta. Tulokset on kerätty kyselytutkimuksen avulla, joka lähetettiin vastaanottajille verkkopankissa ja lisäksi 100 vastaanottajalle kysely lähetettiin kirjeitse. Kysely lähetettiin yhteensä 3161 vastaanottajille ja vastauksia saatiin 221 kappaletta. Vastausprosentiksi muodostui 6,99 %. Tuloksia on tutkittu ja analysoitu teoriaa apunakäyttäen. Tuloksissa pyritään saamaan vastaukset työn kohdassa 1.2 esitettyyn tutkimusongelmaan ja sen alaongelmiin.

Tuloksissa tarkastellaan kyselylomakkeen kolmea pääteemaa: nuorten muuton vaikutuksia pankkisuhteeseen, ASP-tiliä ja nuorten pankkipalveluja. Myös muuta säästämistä ja opintolainaa sivutaan tuloksissa.

5.1 Nuorten muuttaminen

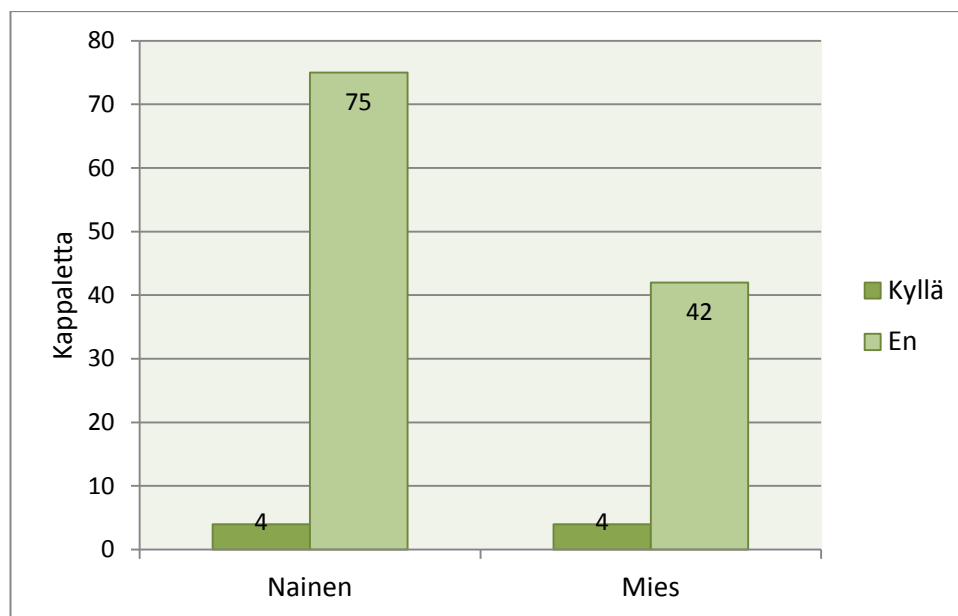
Nuoret muuttavat nykyään omilleen ja pois lapsuudenkodista aiempaa nuorempina. Tässä tutkimuksessa onkin haluttu selvittää miten monet nuoret ovat muuttaneet paikkakunnalta toiselle viimeisen viiden vuoden aikana ja ovatko he muuttaessaan vaihtaneet pääasiallista pankkia vai eivät. Myös mahdollisen pankin vaihdon syitä on haluttu selvittää muutaman kysymyksen kautta.



Kaavio 6: Oletko muuttanut viimeisen 5 vuoden aikana paikkakunnalta toiselle?

Ensin vastaajilta kysyttiin ovatko he muuttaneet paikkakunnalta toiselle viimeksi kuluneen viiden vuoden aikana vai eivät. Teoriassa kohdassa 4.3 on kerrottu että maakunnissa nuoret asuvat pidempään kotona ja Etelä-Pohjanmaalla jopa 44 % nuorista asuu vielä lapsuudenkodissa. Lisäksi mainittiin että nuoret naiset muuttavat miehiä aiemmin omaan asuntoon, kun taas miehet asuvat vielä esimerkiksi varusmiespalveluksen ajan vanhempien luona. Tässä on ristiintaulukoinnin avulla vertailtu miten monet naiset ja miten monet miehet ovat muuttaneet

viimeksi kuluneiden viiden vuoden aikana paikkakunnalta toiselle. Kaaviosta nähdään, että naiset ovat useammin muuttaneet paikkakunnalta toiselle, sillä muuttaneita on 79, kun miehistä vain 46 on muuttanut viimevuosien aikana. Naisia oli vastaajissa hiukan enemmän, joten tästä ei kuitenkaan voida tehdä sen vuoksi suuria yleistäyksiä. Samalla paikkakunnalla yli viisi vuotta asuvien osuus on miesten ja naisten keskuudessa miltei sama.

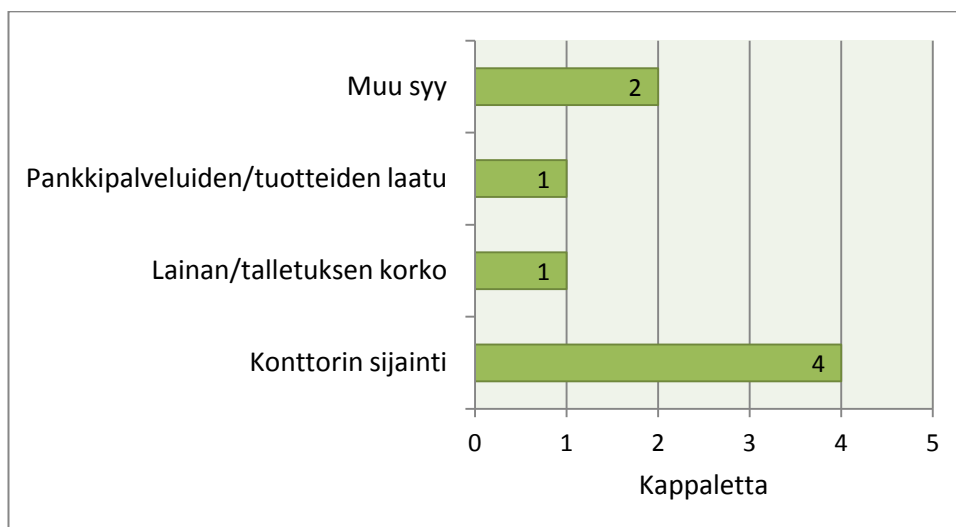


Kaavio 7: Jos olet muuttanut viimeisen 5 vuoden aikana, niin vaihdoitko pankkia muuton yhteydessä?

Toinen muuttamiseen liittyvä kysymys oli tarkoitettu ainoastaan niille vastaajille, jotka olivat muuttaneet paikkakunnalta toiselle viimeisen viiden vuoden aikana. Muuttaneita oli yhteensä 125 kappaletta. Muuttaneista ainoastaan kahdeksan henkilöä, neljä miestä ja neljä naista on vaihtanut pankkia muuton yhteydessä. Loput 117 paikkakunnalta toiselle muuttanutta henkilöä eivät ole vaihtaneet pankkia. Tämä kielii siitä, että nuoret ovat tyytyväisiä Suupohjan Osuuspankin palveluihin ja kokevat että sen asiakkaana voi pysyä vaikka ei asuisikaan oman pankin kanssa samalla paikkakunnalla. Tätä tukevat varmasti erilaiset sähköiset palvelut, kuten verkkopankki ja e-Asiakaspalvelu. Pankin sähköisten palvelujen kautta pankkiasioita voi hoitaa pitkienkin matkojen päätä vaivattomasti ja helposti.

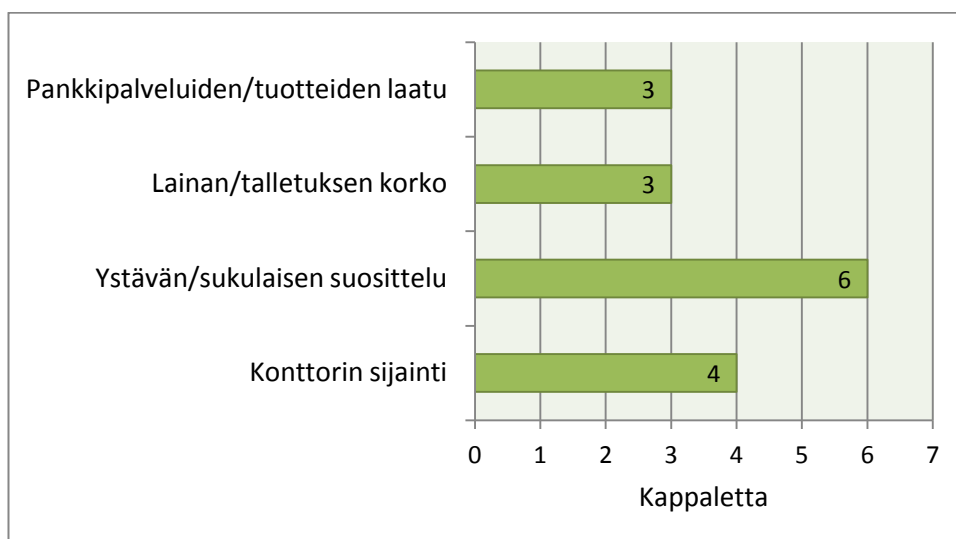
Näistä tuloksista voidaan päätellä, että muuttamisella ei ole suurta vaikutusta nuorten pankkisuhteeseen. Tästä johtuen pankin tuleekin nyt pohtia mistä syistä nuoret kuitenkin joskus vaihtavat pankkia, sillä muuttamisesta se johtuu hyvin harvoissa tapauksissa.

Seuraavat kaksi kysymystä, jotka on esitetty kaavioissa 8 ja 9, oli tarkoitettu niille Suupohjan Osuuspankin asiakkaille, jotka olivat muuttaessaan vaihtaneet pankkia. Kysymyksillä haluttiin etsiä syitä pankin vaihtamiselle.



Kaavio 8: Jos vaihdoit pankkia muuton yhteydessä, niin mikä syy vaikutti pankin vaihtoon?

Konttorin sijainti oli tärkein syy neljälle pankki muuton yhteydessä vaihtaneelle, lisäksi muiksi tärkeiksi syiksi valittiin pankkipalveluiden/tuotteiden laatu ja lainan/talletuksen korko. Kaksi kertoi syyn olleen jokin muu, toisen syy oli asuntolainan saaminen jostain muusta pankista ja toinen oli muuttanut ulkomaille ja siksi halunnut vaihtaa pankkia. Näistä tuloksista ei voida tehdä yleistyksiä, koska muuttaneita oli ainoastaan kahdeksan ja tässä on otettu huomioon vain heidän mielipiteensä. Pankin vaihdon syistä saatuja tuloksia ei voida pitää kovin edustavina.

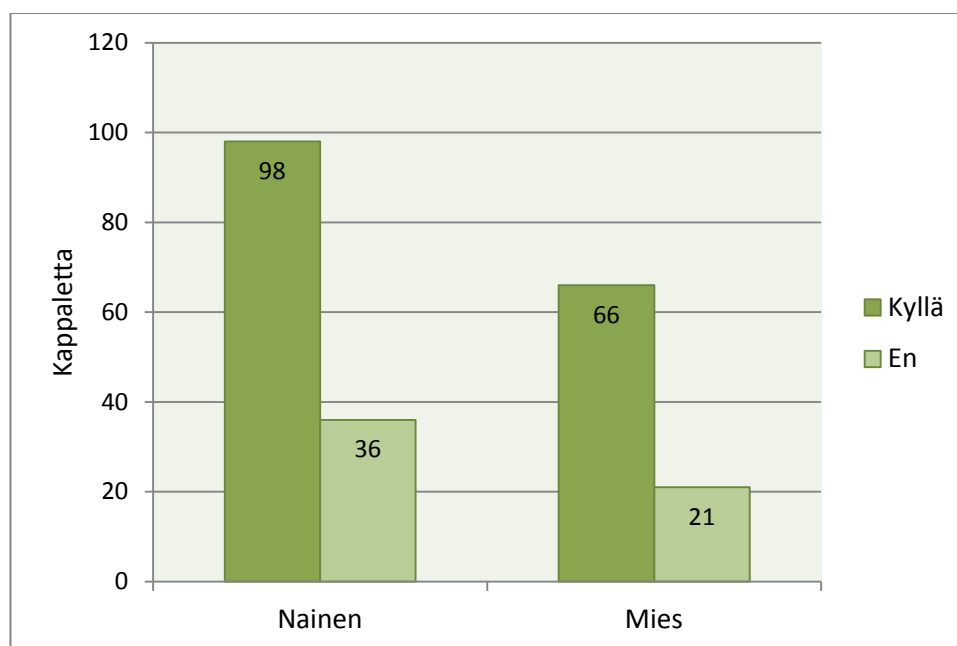


Kaavio 9: Mitkä seikat vaikuttivat uuden pankin valintaan?

Uuden pankin valintaan vaikutti useimmiten ystävän tai sukulaisen suosittelu sekä pankkikonttorin sijainti. Myös pankkipalveluiden/tuotteiden laatu ja lainan/talletuksen korko olivat vaikuttaneet päätökseen uudesta pankista. Molemmissa kysymyksissä mainittiin useaan kertaan pankin vaihdon tai uuden pankin valinnan syyksi konttorin sijainti, joten voidaan todeta että se vaikuttaa näihin asioihin melko suurella todennäköisyydellä, mikäli pankkia aiotaan vaihtaa.

5.2 ASP-tili

Asuntosäästöpalkkiotili, eli ASP-tili, on tarkoitettu nuorille 18-30-vuotiaille ensiasunnon ostoa tulevaisuudessa suunnitteleville pankkien asiakkaille. Tilille säästetään vähintään kahden vuoden ajan ja tavoitteena on säästää 10 % ostettavan tai rakennettavan talon hinnasta. Tällöin pankki lainaa asiakkaalle loput ASP-lainana. Jos määrä ylittää ASP-lainan ylimmäisrajat, on loppulaina mahdollista saada tavallisena asuntolainana. ASP-tilille voi säästää yksin tai yhdessä kumppanin tai puolison kanssa. Kuukauden keskimääräinen säästöerä on yhteensä vähintään 50 € ja enintään 1000 €. Tilin talletuksille saa myös asianomaista korkoa pankista.

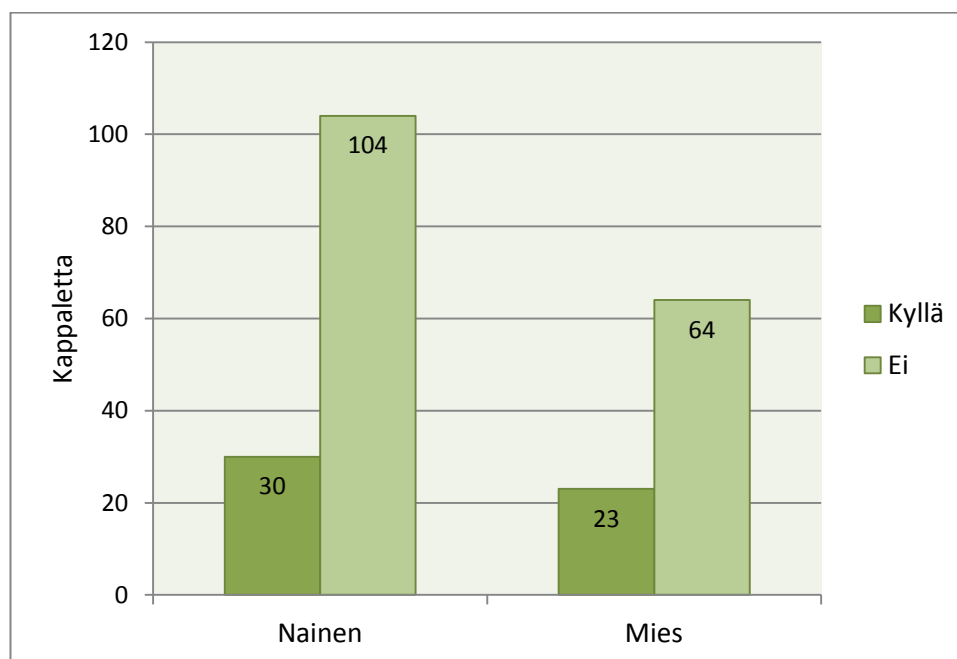


Kaavio 10: Tiedätkö, mikä on Asuntosäästöpalkkiotili eli ASP-tili?

Nuorilta kysyttiin ensin tietävätkö he mikä on Asuntosäästöpalkkiotili, eli ASP-tili. Kaaviossa on vertailtu ristiintaulukointia apunakäyttäen naisten ja miesten eroja tähän kysymykseen vastatessa. Yllättävää on, että jopa 26 % vastaajista ei tiedä lainkaan mikä ASP-tili on, eli he eivät ole ilmeisesti koskaan kuulleet siitä eikä nimi itsessään kerro tarpeeksi. Naisten ja miesten välillä ei ollut vastauksissa suuria eroja, pienet erot johtuvat siitä että naisvastaajia oli enemmän. Onneksi kuitenkin 74 % vastaajista tiesi mikä ASP-tili on, mutta mitä voitaisiin tehdä niille jotka eivät ole asiasta tietoisia? Pitäisikö heille markkinoida tuotetta johdonmukaisesti lähettämällä erimerkiksi infoviesti vaikkapa e-Asiakaspalvelun kautta. Tällöin nuoret voisivat tutustua tuotteeseen paremmin ja miettiä kannattaisiko tällainen tili avata, kun se tulee elämässä ajankohtaisemmaksi.

Nuoret voisivat olla nykyistä tietoisempia ASP-tilistä ja sen tarjoamista hyödyistä. Onko nyt nuoren vai pankin vastuulla selventää nuorille mikä ASP-tili on ja miksi sen avaamista kannattaisi harkita ja vaihtoehtoja tulevaisuuden asumisesta nostaa pöydälle. Pankki voisi omalta osaltaan tuoda tätä vaihtoehtoa paremmin nuorten asiakkaidensa tietoisuuteen.

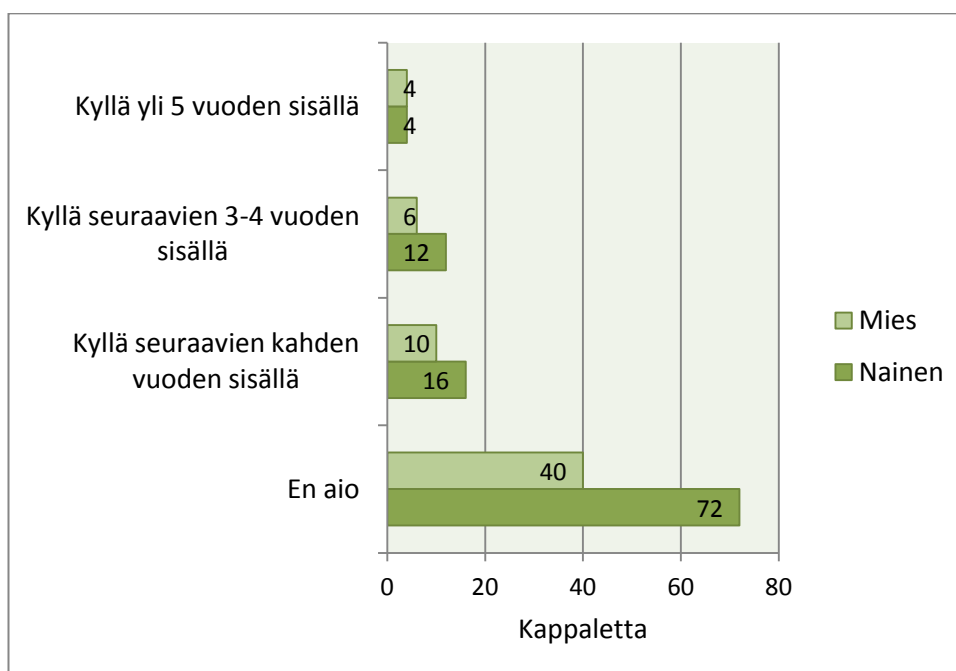
Toisessa ASP-tileihin liittyvässä kysymyksessä kysyttiin onko vastaajalla jo olemassa oleva ASP-tili vai ei. Vastaajista 24 % oli ASP-tili ja 76 % sitä vastoin ei ollut ASP-tiliä. Miehillä ja naisilla oli miltei yhtä monella tämä tili ja naisista miehiä huomattavasti useammalla ei ollut. Tästä voidaan päätellä, että miehet ovat ajatelleet jo ostavansa tulevaisuudessa omistusasunnon ja naiset ehkä aikovat asua pidempään vuokra-asunnoissa ja ostaa myöhemmin tulevaisuudessa esimerkiksi puolison kanssa yhteisen asunnon.



Kaavio 11: Onko sinulla ASP-tili?

Yhteensä 53 vastaajalla on tällä hetkellä asuntosäästöpalkkiotili. Vastaajilla on ASP-tili useimmiten yksin, sillä jopa 44 vastaajalla oli oma tili. Ainoastaan yhdeksällä vastaajalla oli tili yhdessä kumppanin tai puolison kanssa. Tämä osoittaa sen, että tilin avaavat nuoret eivät elä parisuhteessa tai sitten parisuhde ei ole vielä tarpeeksi vakaalla pohjalla että kumppanin kanssa avattaisiin yhteinen tili. Mikäli myöhemmin haluaa ostaa asunnon yhdessä jonkun kanssa ja molemmilla on oma ASP-tili, tilit voidaan helposti yhdistää, sillä yhteen asuntoon voi saada vain yhden ASP-lainan.

ASP-tili oli ollut 17 vastaajalla alle vuoden ajan, 23 kertoi että oli säästänyt tilille 1-3 vuoden ajan ja kymmenen vastaajaa oli säästänyt rahaa ensiasuntoon jo neljä vuotta tai kauemmin. Tämä kielii sitä, että monilla kuluu aikaa rahojen säästöön yli kaksi vuotta, joka on ASP-tilissä usein mainittu aikaraja. Tämä kahden vuoden raja saa ylittyä säästämisessä, sen ylitymisestä voidaan kuitenkin päätellä että asunnot ovat kalliita ja nuorten täytyy siksi säästää rahaa kauemmin. Toinen vaihtoehto säästöajan venymiselle voi olla säästäjien huono rahatilanne, sillä joka kuukausi rahaa ei välttämättä riitä säästämiseen vaan se voi mennä kokonaan elämiin.

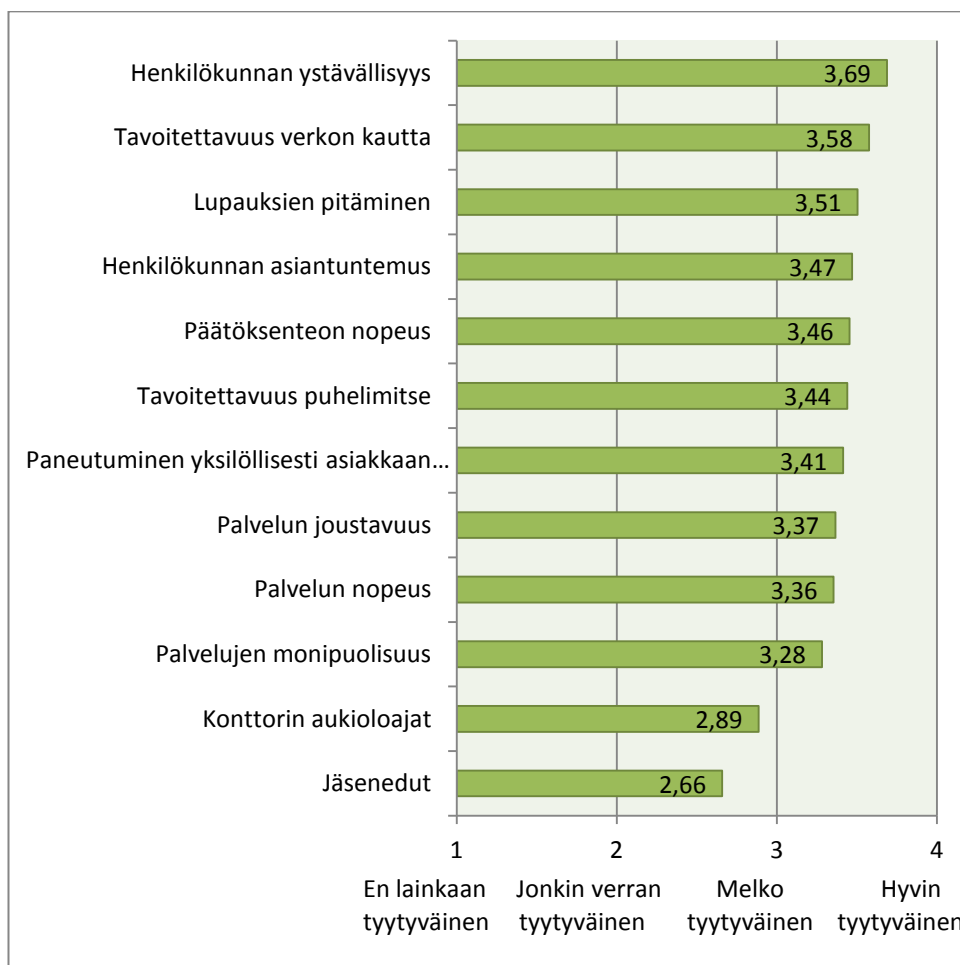


Kaavio 12: Aiotko tulevaisuudessa avata ASP-tilin?

Nuorilta joilla ei ollut ASP-tiliä, kysyttiin aikovatko he tulevaisuudessa avata ASP-tilin. Huolestuttavan moni ei aio, sillä jopa 112 vastaajaa ei aio tulevaisuudessa avata ASP-tiliä. Tarkemman tutkimisen jälkeen tälle löytyi kuitenkin selitys. Monet vastaajat, jotka eivät aio avata tiliä, ovat jo joskus omistaneet ASP-tilin ja maksavat nyt pois asuntolainojaan. Heille olisi voinut laittaa kysymykseen vastausvaihtoehdon ”En aio, koska minulla on jo ollut ASP-tili”. Tämä asia olisi pitänyt huomioida jo kyselylomakkeen suunnitteluvaiheessa. Muutamia nuoria kuitenkin ilmoittivat tulevaisuudessa avaavansa ASP-tilin ja se on positiivinen tieto.

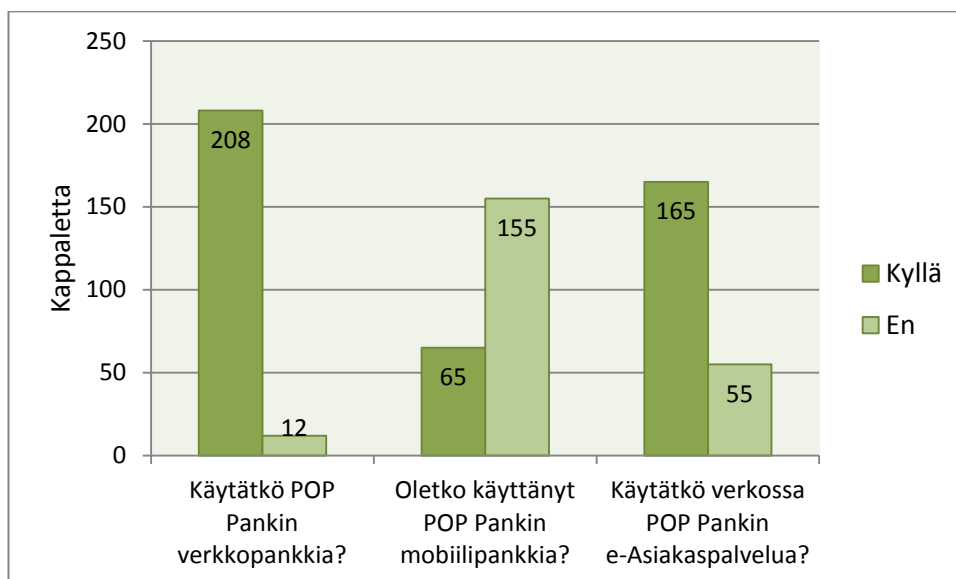
5.3 Pankkipalvelut

Pankki tarjoaa asiakkailleen useita erilaisia palveluja, kuten erilaisia tilejä, säästöratkaisuja, pankkikortteja ja lainoja. Tässä pankkipalvelut-osiossa on keskitytty siihen, mitä mieltä asiakkaat ovat pankin palveluista asteikolla 1-4. Vastausvaihtoehdoissa oli myös vaihtoehto 0, en osaa sanoa. Alla olevassa kaaviossa on esitelty vastausten keskiarvot.



Kaavio 13: Kuinka tyytyväinen olet seuraaviin asioihin Suupohjan Osuuspankissa? (keskiarvot)

Tyytyväisimpiä oltiin henkilökunnan ystävällisyyteen tavoitettavuuteen verkon kautta e-Asiakaspalvelussa. Myös lupauksien pitämiseen ja henkilökunnan asiantuntemukseen oltiin melko tyytyväisiä. Kaikkien muidenkin kysyttyjen asioiden keskiarvot olivat vaihtoehtojen 3 ja 4 välissä, ainoastaan konttorin aukioloajat ja pankin jäsenedut jäivät 3 alhaisemmiksi. Tyytymättömmimpiä asiakkaat olivat pankin jäsenetuihin. Tämä johtuu varmaankin siitä, että palvelumaksujen nousun vuoksi myös jäsenet joutuvat nyt maksamaan esimerkiksi verkkopankista, kun se aiemmin on ollut ilmainen jäsenasiakkaille. Konttorin aukioloajat ovat pankkien keskitasoa paremmat, sillä pankki on auki klo 09:30-16:30; asiakkaat kuitenkin haluaisivat niihin jotain muutoksia vastausten perusteella.

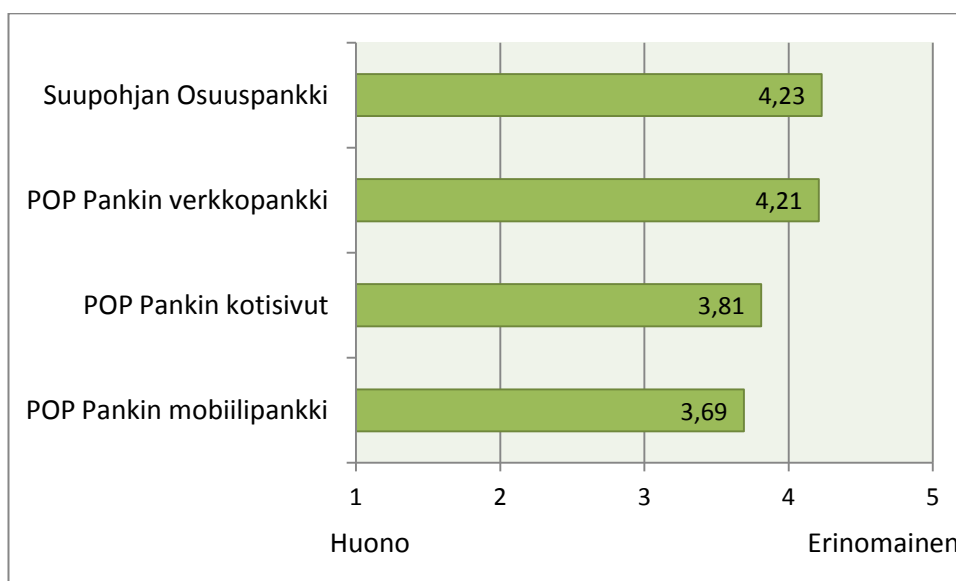


Kaavio 14: Käytätkö verkkopankkia, mobiilipankkia tai e-Asiakaspalvelua?

Kyselylomakkeessa kysyttiin käyttävätkö nuoret asiakkaat POP Pankin verkkopankkia, mobiilipankkia ja e-Asiakaspalvelua vai eivät. Verkkopankkia käyttivät miltei kaikki vastaajat, mikä oli odotettavissa, sillä nuoret käyttävät muutenkin paljon tietokonetta ja kokevat siksi verkkopankin käytön helpoksi ja nopeaksi myös pankkiasioinnissa.

Mobiilipankkia käytettiin vielä melko vähän, koska se on uusi palvelu POP Pankin tarjonnassa. Lisäksi avoimissa kommentteissa oli muutama maininta siitä, että asiakas ei ollut löytänyt mobiilipankkia vaikka oli etsinyt sitä. POP Pankin kotisivuilta ei nimittäin pääse millään linkillä mobiilipankkiin, jos kännykkä tai muu mobiililaitte ei automaattisesti ohjaa mobiilipankki sivustolle. Tällöin asiakas pääsee mobiilipankkiin syöttämällä osoitteen m.poppankki.fi.

e-Asiakaspalvelua pankin asiakkaat käyttivät miltei yhtä paljon kuin verkkopankkia, se on siis hyvin vakiinnuttanut asemansa nuorten asiakkaiden keskuudessa. Tähänkin on syynä varmasti se, että nuoret ovat nykypäivänä niin paljon Internetissä, että heistä on luontevaa hoitaa myös pankkiasiointi tätä kautta.

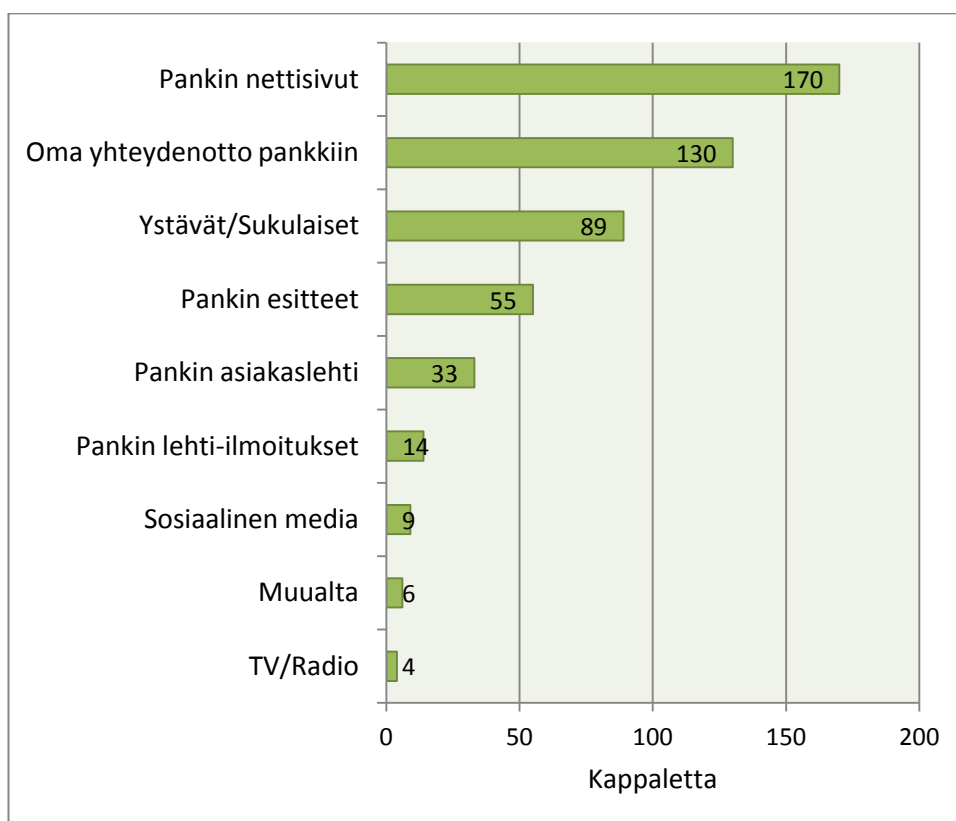


Kaavio 15: Yleisarvosanat pankille (keskiarvot)

Vastaajia pyydettiin antamaan yleisarvosana Suupohjan Osuuspankille ja lisäksi myös POP Pankin verkkopankille, kotisivuille ja mobiilipankille. Asteikko oli 1-5, 1 tarkoitti huonoa ja 5 tarkoitti erinomaista. Kaaviossa esitetyt arvot ovat vastausten keskiarvoja. Suupohjan Osuuspankki ja verkkopankki saivat kumpikin keskiarvoltaan yli 4 pistettä, joten pankkiin ja verkkopankkiin ollaan todella tyytyväisiä. Verkkopankkiin on nyt kuitenkin lähiaikoina pankin tiedotteen mukaan tulossa muutoksia. POP Pankki oli pankkityytyväisyystutkimuksessa sijoittunut kärkeen ja sama linja jatkuu myös Suupohjan Osuuspankin nuorten vastauksissa. Tyytymättömyyttä oltiin mobiilipankkiin, vaikka sekin sai hyvän keskiarvon 3,69. Avoimissa palautteissa mobiilipankkiin haluttaisiin kuitenkin esimerkiksi mahdollisuus katsoa palkkalaskelmia ja nähdä tilin saldo aina helposti omasta puhelimesta.

Kyselylomakkeella kysyttiin myös, miten usein nuoret asioivat pankin konttoreissa ja vastaukseksi saatiin, että suurin osa asioi pankissa muutaman kerran vuodessa tai tätäkin harvemmin. Ainoastaan 19 vastaajaa asioi pankissa kuukausittain tai viikoittain. Tämäkin tukee teoriaa siitä, että nuoret käyttävät mieluummin pankkien sähköisiä palveluja, eivätkä tämän vuoksi fyysisesti asioi pankkien konttoreissa.

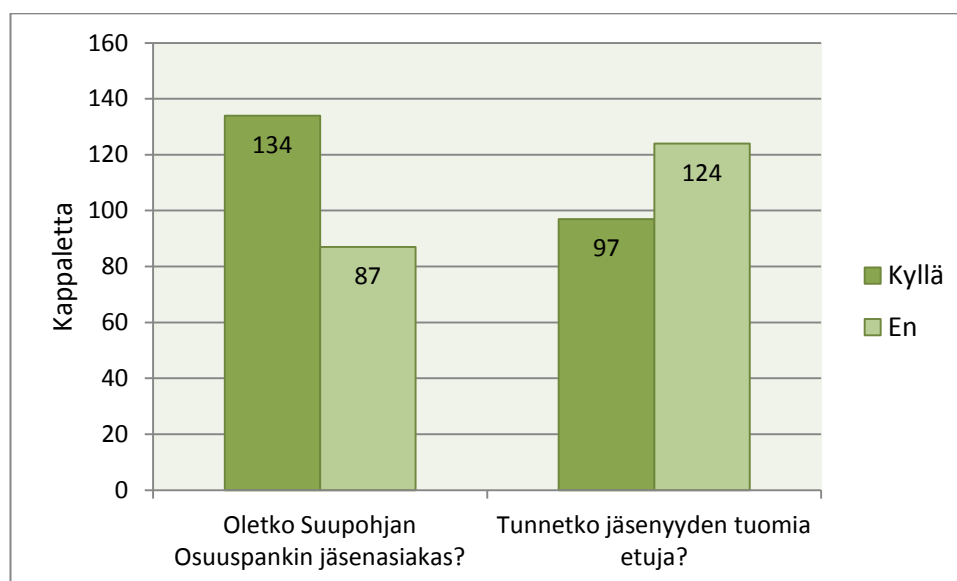
Nuorilta kysyttiin myös mistä he hankkivat tietoa pankin palveluista. Tässä kysymyksessä he saivat valita useamman, kuin yhden vaihtoehdon. Kysymyksen tulokset on esitelty seuraavalla sivulla kaaviossa 16.



Kaavio 16: Mistä hankit tietoa pankkipalveluista?

Nuoret hankkivat tietoa pankin palveluista useimmiten pankin Internet-sivuilta tai ottavat itse yhteyttä pankkiin kohdatessaan ongelmia. Myös ystäviltä ja sukulaisilta hankitaan tietoa pankkipalveluista. Pankin esitteitä ja asiakaslehteä käytetään myös jonkin verran tiedonhauksa. Vähiten nuoret hankkivat tietoa pankkinsa palveluista TV:n, radion, sosiaalisen median ja pankin lehti-ilmoitusten kautta. Sosiaalisen median ja TV:n vähyys tiedonhaussa johtuu siitä, että POP Pankki ei ole aktiivisesti mukana sosiaalisessa mediassa eikä ole mainostanut vii-meikoina televisiossa.

Pankin kotisivuilla vieraillessaan nuoret kertovat löytävänsä hakemansa tiedon pääasiassa useimmiten tai aina (85 %), tämä kertoo siitä että kotisivut ovat hyvät ja selkeärakenteiset ja niillä on riittävästi tietoa pankista ja sen palveluista ja tuotteista. Kotisivuilta haetaan tietoa yhteystiedoista, tuotteista ja palveluista sekä ajankohtaisista asioista ja tarjouksista. Sivulla vierailaan keskimäärin kuukausittain (30 %) tai muutamia kertoja vuodessa (30 %). Loput käyvät sivuilla viikoittain (26 %) tai eivät ollenkaan (12 %).



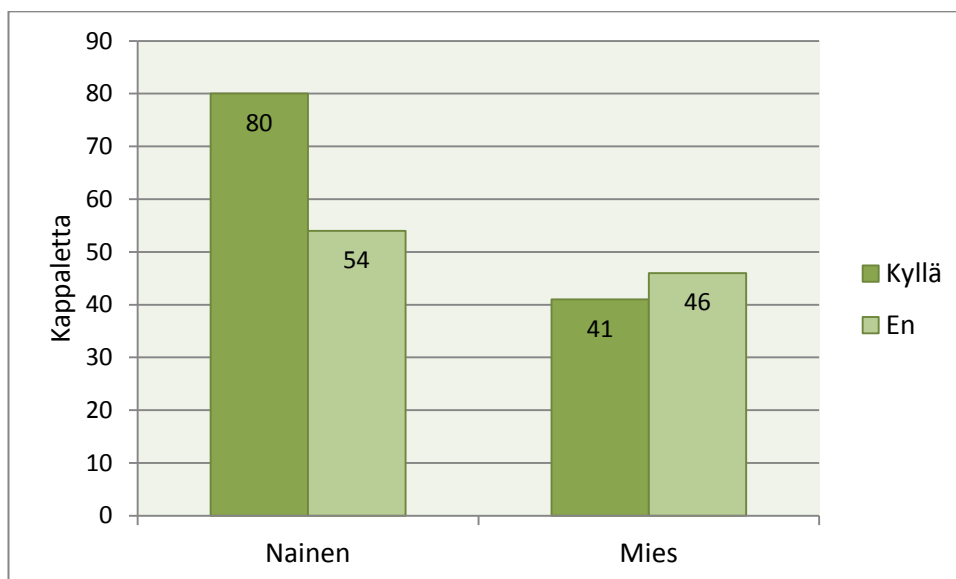
Kaavio 17: Pankin jäsenyys

Lomakkeessa kysyttiin kaksi kysymystä pankin jäsenyyteen liittyen. Ovatko nuoret Suupohjan Osuuspankin jäsenasiakkaita ja tuntevatko he pankin jäsenyyden mukanaan tuomia etuja. Reilusti yli puolet vastaajista kertoi olevansa pankin jäsenasiakkaita, mutta silti yli puolet vastaajista ei tuntenut pankin jäsenyyden mukanaan tuomia etuja. Tämä kertoo siitä, että jäseneduista ei tiedoteta riittävän selkeästi, tai sitten nuoret eivät muista niitä ja siksi ovat vastanneet kieltävästi. Eduista tulisi silti näiden tulosten perusteella tiedottaa enemmän sekä jäsenasiakkaita että mahdollisia tulevia jäsenasiakkaita.

Suuriltaosin nuoret olivat tyytyväisiä pankkinsa palveluihin ja tuotteisiin ja arvostivat ne korkealle antaen hyvät yleisarvosanat niin pankille, kuin sen tarjoamille palveluillekin. Nuoret käyttävät enemmän sähköisiä palveluja pankkiasioinnissaan, koska kokevat sen helpoksi ja nopeaksi tavaksi hoitaa päivittäisiä pankkiasioita, kuten laskujen maksuja ja tilin saldon tarkkailua.

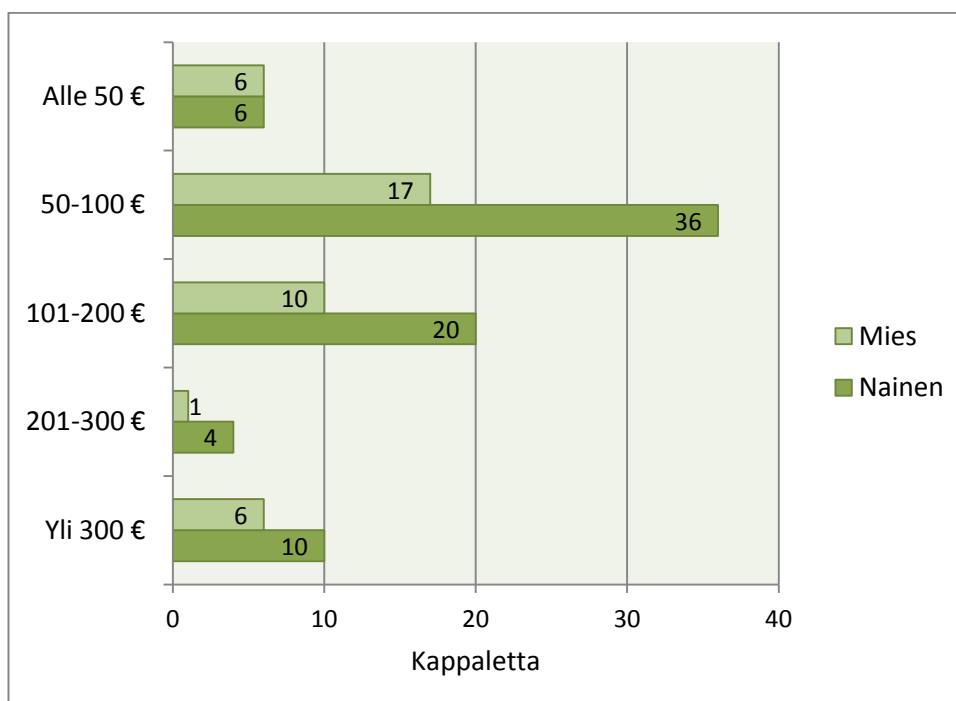
5.4 Muut huomioitavat tulokset

Nuorten kyselytutkimuksessa sivuttiin aiempien pääaiheiden lisäksi hieman myös nuorten muuta säästämistä ja opintolainoja. Kysymyksillä halutaan saada selville miten nuoret säästävät, vai säästävätkö he lainkaan. Lisäksi halutaan selvittää onko nuorilla opintolainaa tai aikovatko he sitä tulevaisuudessa ottaa.



Kaavio 18: Säästätkö säännöllisesti?

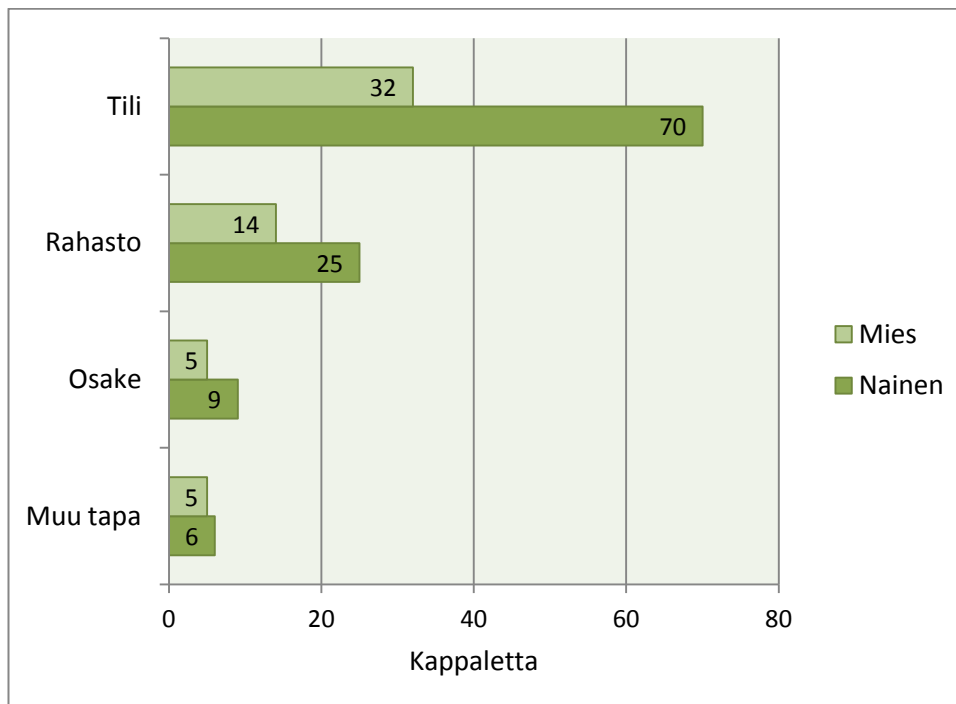
Nuorilta kysyttiin säästävätkö he rahaa säännöllisesti, tuloksissa on ristiintaulukoinnin avulla vertailtu naisten ja miesten säästämisen eroja. Naiset säästävät hieman enemmän, kuin miehet. Ja lisähuomiona on mainittava että naisista suurin osa säästää, kun taas miesvastaajista yli puolet ei säästä säännöllisesti. Tuloksista voidaan todeta, että naiset säästävät keskimäärin säännöllisemmin kuin miehet.



Kaavio 19: Jos säästät, niin minkä verran kuukaudessa?

Henkilöt jotka kertoivat säästävänsä, saivat aiheeseen liittyviä lisäkysymyksiä. Seuraavaksi heiltä kysyttiin minkä verran he laittavat rahaa säästöön kuukaudessa. Suurin osa vastaajista kertoi säästävänsä 50-100 € tai 101-200 € kuukausittain. Lisäksi jotkut säästivät hieman tämän

yli tai alle. Naiset säästävät enemmän kuin miehet, mutta summat ovat suhteutettuna keskimäärin samoja sukupuolten välillä. Pienet erot johtuvat siitä, että naisvastaajia oli enemmän.

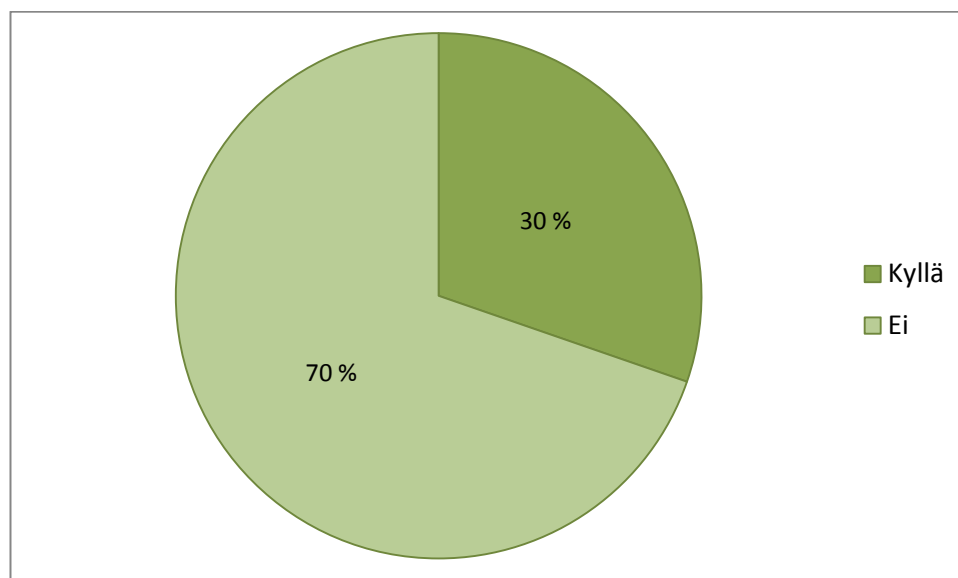


Kaavio 20: Millä tavalla säästät?

Tämän lisäksi nuorten säästämisestä haluttiin vielä tietää, millä tavalla se säästävät. Vaihtoehtoina olivat tilisäästäminen, rahastot, osakesäästäminen tai jokin muu tapa, jonka sai itse kirjoittaa. Suosituinta oli ehdottomasti tavallinen tilisäästäminen, toisena tulivat rahastot ja muutamat säästivät myös osakkeisiin. Muitakin säästötapoja mainittiin, niitä olivat säästöpostit, sakanvarsi ja POP osuudet sekä sijoitusvakuutukset. Tilisäästäminen on suosituinta, koska se on riskitön ja siksi varmin tapa kerätä rahaa säästöön. Osakesäästämiseen ja rahastoihin tulisi perehtyä ennen niiden käyttämistä säästämisessä, uskon että nuoret eivät ole ikänsä vuoksi siksi vielä ottaneet niitä omikseen. Ne saattavat kuitenkin yleistyä säästämistapoina myös näillä asiakkailla iän karttuessa.

Näillä kysymyksillä saatiin vastaukset tutkimusongelmaan ”miten nuoret säästävät, vai säästävätkö”. Yhteensä 55 % kyselyyn vastanneista nuorista kertoi säästävänsä säännöllisesti. Rahaa säästetään yleisimmin tavalliselle tilille tai säästötillille. Säästettävät summat ovat kuukausitasolla keskimäärin 50 ja 200 euron välissä.

Opintolainaan liittyviä kysymyksiä oli lomakkeessa neljä kappaletta. Niissä haluttiin tietää onko nuorilla opintolainaa, aikovatko he sitä ottaa, ovatko he ottaneet sitä verkkopankin kautta tai käyttäneet opintolainan nostamisessa sähköistä allekirjoitusta, jonka avulla lainaa voi nostaa käymättä itse lainkaan pankin konttorissa.



Kaavio 21: Onko sinulla opintolainaa?

Vastaajista 30 prosentilla oli opintolainaa, mutta tulevaisuudessa opintolainaa aikoi nostaa ainoastaan 12 prosenttia vastaajista. Näihin tuloksiin vaikutti kohderyhmän ikä, sillä nuorimilla vastaajilla opintolaina ei ole vielä ajankohtaista ja vanhimmat vastaajat ovat ehtineet maksaa oman lainansa jo pois, jos heillä sellaista on ollut. Tämän vuoksi määrät ovat melko pieniä.

Verkkopankin kautta opintolainaa oli ottanut 20 prosenttia vastaajista, mikä on aika iso määrä. Se kertoo siitä, että nuoret ovat ottaneet verkkopankin omakseen ja tietävät että opintolainan nostamisen voi hoitaa myös sitä kautta. Opintolainan nostamisessa verkon kautta 16 prosenttia kertoi käyttäneensä sähköistä allekirjoitusta, mikä sekin on hyvä määrä.

Nuorilla on opintolainaa jonkin verran, mutta silti vastaajista alle puolella. Verkkopalvelut opintolainan nostamiseen liittyen oli otettu hyvin käyttöön ja nuoret olivat niistä tietoisia, koska useat vastaajat olivat käyttäneet niitä. Tulevaisuudessa opintolainojen määrä saattaa olla jopa hienoisessa laskussa, koska ainoastaan 12 prosenttia vastaajista aikoo tulevaisuudessa nostaa opintolainaa.

6 Johtopäätökset

Tässä opinnäytetyössä toteutettiin nuorille 18-30-vuotiaille Suupohjan Osuuspankin asiakkaille nuorten pankkitutkimus -nimeä kantava kyselytutkimus. Tutkimuksella haluttiin selvittää nuorten asenteita ja mielipiteitä seuraavia kolmea pääaihepiiriä koskien: muuton vaikutus nuorten pankkisuhteeseen, ASP-tili ja nuorten pankkipalvelut. Näiden aiheiden lisäksi tutkimuksessa sivuttiin hieman säästämistä ja opintolainoja. Kyselytutkimus lähetettiin vastaanot-tajille pankin verkkopankin kautta ja lisäksi muutamille kirjeitse. Tutkimukseen vastasi 221 henkilöä ja vastausprosentiksi tuli 6,99 %.

Tutkimustuloksissa on esitelty kyselyssä saatuja vastauksia ja vertailtu niitä pääasiassa nais-ten ja miesten kesken, ristiintaulukointia apunakäyttäen. Tarkoituksena oli saada vastaukset työn alussa esitettyyn tutkimusongelmaan sekä sen alaongelmiin. Naisten ja miesten vastauk-sia vertailtaessa ei löydetty suuria eroja, joten voidaan todeta että pankkipalveluita käyte-tään miltei samalla tavalla sukupuolesta riippumatta. Ainoastaan säästämisen kohdalla voi-daan sanoa, että naiset säästävät säännöllisemmin rahaa kuin miehet.

Tämän työn ja siinä toteutetun kyselytutkimuksen kautta toimeksiantaja saa paljon uutta tie-toa aiheesta. Pankilla ei ollut ennestään materiaalia nuoriin asiakkaisiinsa liittyen. Tulosten perusteella pankki voi halutessaan muuttaa jo olemassa olevia käytäntöjään tai tuotteitaan nuorille paremmin sopiviksi tutkimuksesta saatuihin tuloksiin nojaten. Tuloksia voidaan pitää melko luotettavina, sillä vastausprosentti oli hyvä ja vastaajia kertyi määrällisestikin paljon.

Tutkimuksen validiteetti on melko hyvä, sillä kysymykset on laadittu tutkimusongelmiin ja teoriaan pohjaten ja siksi kyselyn kysymyksillä saatiin vastaukset kaikkiin ongelmakohtiin. Reliabiliteettiakin voidaan pitää hyvänä, sillä jos tutkimus tehtäisiin uudelleen samankaltai-selle kohderyhmälle, siitä saataisiin varmasti hyvin samankaltaisia vastauksia. Vastaajat saivat vastata kyselyyn nimettömänä, mikä tämäkin osaltaan lisää tutkimuksen luotettavuutta, koska vastaajat pystyivät anonymiteetin turvin vastaamaan kysymyksiin totuudenmukaisesti ja re-hellisesti. Näiltä osin tutkimusta voidaan siis pitää erittäin onnistuneena ja tuloksia luotetta-vina.

Nuorten muuton vaikutukset pankkisuhteeseen jäivät todella vähäisiksi, sillä nuoret eivät har-voja poikkeuksia lukuun ottamatta vaihda pankkia muuton yhteydessä. ASP-tili tunnettiin kohtalaisen hyvin, mutta melko pienellä osalla nuorista oli se käytössään. Lisäksi melko harvat aikoivat avata tilin tulevaisuudessa. Pankkipalveluihin nuoret olivat todella tyytyväisiä, he käyttivät paljon sähköisiä palveluja, kuten verkkopankkia, mobiilipankkia ja e-Asiakaspalvelua. Pankissa asioitiin siksi hyvin harvoin, keskimäärin vain muutaman kerran vuodessa. Opintolainaa nuorilla oli jonkin verran, mutta tulevaisuudessa sen suosio saattaa olla laskussa. Säästäminen oli ajankohtaista noin puolelle nuorista, rahaa säästettiin useimmi-ten tilille ja summat pyörivät kuukausittain 50 € ja 200 € välimaastossa.

Avointa palautetta kyselytutkimuksen kautta saatiin erittäin runsaasti. Kaikki palautteet on esitetty tämän opinnäytetyön liitteissä. Palautteista on kerrottu tarkemmin kohdassa 6.1.

Nuorten asiakassuhteet eivät välttämättä ole vielä kovin kannattavia tai tuottavia, mutta niitä voi tulevaisuudessa tulla sellaisia. Tulevaisuudessa heidän asiointinsa ja tuotteiden ostonsa pankin kanssa kasvaa asuntolainojen, uusien tilien, säästöratkaisujen ja perheenlisäysten ansiosta. Nuoret jotka jo nyt säästävät rahaa sekä tallettavat säännöllisesti ASP-tilille ovat jo melko kannattavia asiakkaita. Heihin pankkien kannattaa panostaa, että heistä tulee lähitulevaisuudessa entistä kannattavampia. Joidenkin nuorten pankkiasiointi on saattanut pysähtyä paikoilleen, eivätkä he ymmärrä tehdä päätöksiä tulevaisuuden kannalta ellei heitä siitä muistuteta. Tällaisten asiakkaiden kohdalla pankki voisi käyttää uudelleensuunnittelua, että asiakkuuksista saataisiin aktiivisempia ja samalla myös vuorovaikutusta nuorten asiakkaiden kanssa tulisi pyrkiä lisäämään.

6.1 Kehitysehdotukset

Avoimia palautteita saatiin kyselytutkimuksen kautta todella paljon. Tässä on nostettu esiin muutamia palautteissa mainittuja kohtia, jotka toimivat samalla kehitysehdotuksina pankille.

Mobiilipankkiin oltiin jokseenkin tyytyväisiä, mutta useat mainitsivat, että sovelluksen tulisi olla modernimpi, monipuolisempi ja mukavampi käyttää. Lisäksi mainittiin, että mobiilipankista pitäisi pystyä katsomaan omia palkkalaskelmia samalla tavalla kuin verkkopankissa. POP Pankki haluttaisiin mukaan myös Pivo-lompakko sovellukseen, joka toimii tällä hetkellä vain OP-Pohjolan asiakkaille. Verkkopankkiin liittyviä toiveita tuli myös melko paljon. Siellä toivottiin muun muassa että maksettuihin e-laskuihin tulisi merkintä ”maksettu”, sillä nyt asiakkaat eivät näe mistään ovatko he maksaneet jo e-laskun vai eivät. Yleisesti verkkopankkia pidettiin kuitenkin todella hyvänä ja toimivana ja siihen oltiin tyytyväisiä. Toiveena oli myös, että asiakkaat saisivat pankista oman yhteyshenkilön, jonka kanssa he saisivat aina hoitaa pankkiasiansa. Palvelumaksuja pidettiin korkeina ja monet kokivat että jäsenyydestä ei saa tarpeeksi etuja.

Kehitysehdotuksia tuli vastauksista esiin jonkin verran, mutta enemmän oli kuitenkin positii- vista palautetta hyvästä palvelusta ja siitä että pankki kuuntelee asiakkaita ja ottaa heidän toiveensa huomioon. Pankki voi tulevaisuudessa halutessaan muuttaa asioita, joita palautteesta nousi esiin.

6.2 Oma oppiminen

Opinnäytetyön tekeminen ja kyselytutkimuksen toteuttaminen on ollut todella opettavainen, haastava, aikaa vievä ja monipuolinen prosessi opinnäytetyön tekijälle. Haasteista selviäminen ja työn eteneminen ajallaan auttoivat jatkamaan työntekoa kohti haluttuja tuloksia ja valmista työtä. Työn teko on vaatinut useita tunteja työtä, lukemista, kirjoittamista, kaavioiden tekemistä ja viestintää toimeksiantajan ja koulun kanssa. Haastavinta oli saada teoria ja

tulokset vuoropuheluun keskenään ja esittää tuloksia ja johtopäätöksiä, joista toimeksiantaja voisi hyötyä ja joiden kautta se voisi kenties kehittää toimintaansa tai muuttaa joitakin asioita nuorilta asiakkailta saatujen vastausten ja ideoiden myötä. Opinnäytetyön tekijänä tulee olla kiitollinen siitä, että on saanut työlleen hyvän ja itseä kiinnostavan aiheen ja että työn tekemiseen ja tulosten saamiseen on luotettu niin koulussa kuin toimeksiantajayrityksessäkin.

Lähteet

Anttila, M. 1994. Markkinointi. Porvoo: WSOY.

ASP-laina. 2014. POP Pankki. Henkilöasiakkaat. Viitattu 3.2.2014.
<https://www.poppankki.fi/asp-laina>

ASP-tili. 2014. POP Pankki. Henkilöasiakkaat. Viitattu 3.2.2014.
<https://www.poppankki.fi/asp-tili>

Bergström, S & Leppänen, A. 2005. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.

Business Insider. 2013. Three ways companies decide the price of a product. Viitattu 12.5.2014. <http://www.businessinsider.com/3-powerful-pricing-strategies-businesses-should-always-consider-2013-10>

Buttle. 2009. Customer relationship management - Concepts and technologies. Oxford: Elsevier Ltd.

Finanssivalvonta. 2011. Asuntolainaesite. Viitattu 7.5.2014.
<http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Tiedotteet/Verkkouutiset/Documents/Asuntolainaesite.pdf>

Finanssivalvonta. 2012. Finanssiasiakas. Finanssialan tuotteita. Talletukset. ASP-tili. Viitattu 3.2.2014. http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Finanssiasiakas/Tuotteita/Talletukset/ASP-tili/Pages/Default.aspx#.Uu-J2_l_uul

Heikkilä, T. 2005. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Hellman, K & Värilä, S. 2009. Arvokas asiakas. Hämeenlinna: Talentum.

Holopainen, M & Tenhunen, L & Vuorinen, P. 2004. Tutkimusaineiston analysointi ja SPSS. Järvenpää: Tradenomia.

Iltasanomat. 2013. Monen mitta Danske Bankiin täyttyi: ”Hyvin harvinainen” romahdus Suomessa. Viitattu 14.5.2014. <http://www.iltasanomat.fi/kotimaa/art-1288606654599.html>

Jäsenyys. 2013. Liity jäseneksi. Se kannattaa!. POP Pankin esite jäsenyydestä.

Kaupan liitto. 2010. Asiakastyytyväisyys Tescon verkkokaupan onnistumisen takana. Viitattu 16.5.2014.
http://www.kauppa.fi/ajankohtaista/uutiset/asiakastyytyvaeisyys_tescon_verkkokaupan_onnistumisen_takana_13499

Kela - Opintolaina. 2014. Kela. Viitattu 12.5.2014. http://www.kela.fi/opintotuki_opintolaina

Kela - Opintolainan määrä. 2014. Kela. Viitattu 12.5.2014.
http://www.kela.fi/opintolaina_maara

Koivuporras, T. 2008. Ihmiset ja pankki samaa maata? Yhteiskuntavastuun toteutuminen pankkisektorilla. Vaasan yliopisto.

Korkeamäki, A & Lindström, P & Ryhänen, T & Saukkonen, M & Selinheimo, R. 2002. Asiakasmarkkinointi. Porvoo: Bookwell Oy.

Kortit. 2014. POP Pankki. Valitse taskuusi sopivin kortti. Viitattu 13.5.2014.
<https://www.poppankki.fi/valitse-sinulle-sopivin-kortti;jsessionid=fa2f837e4be95b295b8b74435c77>

Liikanen, E. 2011. Taloudellinen tiedotustoimisto. Taloudessa piilee karikkoja nuorille. Viitattu 18.4.2014. <http://www.tat.fi/taloudessa-piilee-karikkoja-nuurille/>

McDonald, M & Woodburn, D. 2011. Key Account Management. Great Britain: TJ International Ltd.

Mikä on POP Pankkiryhmä?. 2014. POP Pankki. POP-Ryhmä. Viitattu 19.2.2014.
<https://www.poppankki.fi/mika-on-pop-pankkiryhma->

Mobiilipankki. 2014. POP Pankki. Pankki aina mukana. Viitattu 12.5.2014.
<https://www.poppankki.fi/mobiilipankki1;jsessionid=fa2f837e4be95b295b8b74435c77>

MTV - Unohtuuko säästäminen?. 2013. Unohtuuko säästäminen? Pienellä vinkillä kartutat tiliä nopeasti. Viitattu 12.5.2014.
<http://www.mtv.fi/koti/arki/artikkeli.shtml/2013/11/1833463/unohtuuko-saastaminen-pienella-vinkilla-kartutat-tilia-nopeasti>

Mäntyneva, M. 2002. Kannattava markkinointi. Vantaa: WSOY.

Nikander, T. 2009. Tilastokeskus. Artikkelit. Nuoret muuttavat omilleen yhä nuorempina. Viitattu 10.3.2014. http://www.stat.fi/artikkelit/2009/art_2009-03-16_004.html?s=0

Niemeläinen, J. 2014. Taloussanomien. Nuoret varautuvat ASP-tilillä luottokattoon. Viitattu 28.4.2014. <http://www.taloussanomien.fi/asuminen/2012/10/24/nordean-nuuttila-nuoret-varautuvat-asp-tililla-luottokattoon/201240572/310>

Nordea Pankki Suomi Oyj. 2012. Teemana - Asuminen. Viitattu 7.5.2014.
http://www.nordea.fi/sitemod/upload/root/fi_org/appx/fin/hen/ajassa/Nordea_Ajassa_digi_2-2012/index.html

Opintolaina. 2014. POP Pankki. Viitattu 12.5.2014.
<https://www.poppankki.fi/opintolaina;jsessionid=fa2f837e4be95b295b8b74435c77>

Pohjola, M. 2011. Taloustieteen oppikirja. Helsinki: WSOY.

Rekisteröidy e-Asiakaspalveluun. 2014. POP Pankki. Viitattu 12.5.2014.
<https://www.poppankki.fi/rekisteroidy>

Simola, U. 2013. Taloustaito. ASP alkaa taas kiinnostaa nuoria. Viitattu 28.4.2014.
<http://www.taloustaito.fi/fi-FI/a/asunto/asp-alkaa-taas-kiinnostaa-nuoria-2>

Säästäminen ja sijoittaminen. 2014. POP Pankki. Sinulla on mahdollisuus vaurastua säästämällä ja sijoittamalla. Viitattu 12.5.2014. <https://www.poppankki.fi/saastamisen-monet-mahdollisuudet;jsessionid=fa2f837e4be95b295b8b74435c77>

Takanen, V. 2013. Pankkisuhde tulikokeessa - muuton vaikutus opiskelijan pankkiasiakkuuteen. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Talouselämä. 2014. Tyytyväisyys pankkeihin historiallisen huonoa - Tämä pankki voittaa kuitenkin kaikki muut yritykset. Viitattu 14.5.2014.
<http://www.talouselama.fi/uutiset/tyytyvaisuus+pankkeihin+historiallisen+huonoa++tama+pankki+voittaa+kuitenkin+kaikki+muut+yritykset/a2228452>

Tilit. 2014. POP Pankki. Tilit eri tarpeisiin. Viitattu 13.5.2014.
<https://www.poppankki.fi/tilit-eri-tarpeisiin;jsessionid=fa2f837e4be95b295b8b74435c77>

Toiminta-ajatus. 2014. POP Pankki. POP-Ryhmä. Viitattu 19.2.2014.
<https://www.poppankki.fi/toiminta-ajatus>

Tunnuslukuja. 2014. POP Pankki. POP-Ryhmä. Viitattu 19.2.2014.
<https://www.poppankki.fi/tunnuslukuja>

Verkkopankin esittely. 2014. POP Pankki. Kirjautu - Verkkopankin esittely (Henkilö). Viitattu 12.5.2014. <https://www.poppankki.fi/>

Vähämäki, L. 2012. Asiakkuuksien rakentaminen Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa. Opinnäytetyö. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.

Yle. 2013. Tyytymättömyys pankkeihin kasvaa - arkisten asioiden hoito sapettaa. Viitattu 14.5.2014. http://yle.fi/uutiset/tyytymattomyys_pankkeihin_kasvaa_-_arkisten_asioiden_hoito_sapettaa/6866383

Ympäristö. 2014. Etusivu. Asuminen. Omistusasuminen. ASP-säästäminen. Viitattu 18.2.2014. <http://www.ymparisto.fi/fi-FI/Asuminen/Omistusasuminen/ASPsaastaminen>

Ympäristöministeriö. 2009. ASP-järjestelmä nuorten ensiasunnon hankintaan. Tiedote.

Kuvat

Kuva 1: Suupohjan Osuuspankki - POP Pankki	9
--	---

Kaaviot

Kaavio 1: Solmitut ASP-sopimukset Suomessa v. 2009-2012 (Ympäristöministeriö 2009.) ..	15
Kaavio 2: Näkökulmat kannattavaan markkinointiin (Mäntyneva 2002, 11.)	20
Kaavio 3: Lapsuudenkodissa asuvat 15-30-vuotiaat vuosina 1985, 1993, 1995, 2000 ja 2007. Prosentteina (Nikander 2009.)	23
Kaavio 4: Lapsuudenkodissa asuvat 15-30-vuotiaat erityyppisissä kunnissa vuonna 2007. (Nikander 2009.)	24
Kaavio 5: Lapsuudenkodissa asuvat 22-vuotiaat sukupuolen mukaan maakunnittain vuonna 2007 (Nikander 2009.)	24
Kaavio 6: Oletko muuttanut viimeisen 5 vuoden aikana paikkakunnalta toiselle?	30
Kaavio 7: Jos olet muuttanut viimeisen 5 vuoden aikana, niin vaihdoitko pankkia muuton yhteydessä?	31
Kaavio 8: Jos vaihdoit pankkia muuton yhteydessä, niin mikä syy vaikutti pankin vaihtoon?	32
Kaavio 9: Mitkä seikat vaikuttivat uuden pankin valintaan?	32
Kaavio 10: Tiedätkö, mikä on Asuntosäästöpalkkiotili eli ASP-tili?	33
Kaavio 11: Onko sinulla ASP-tili?	34
Kaavio 12: Aiotko tulevaisuudessa avata ASP-tilin?	35
Kaavio 13: Kuinka tyytyväinen olet seuraaviin asioihin Suupohjan Osuuspankissa? (keskiarvot)	36
Kaavio 14: Käytätkö verkkopankkia, mobiilipankkia tai e-Asiakaspalvelua?	37
Kaavio 15: Yleisarvosanat pankille (keskiarvot)	38
Kaavio 16: Mistä hankit tietoa pankkipalveluista?	39
Kaavio 17: Pankin jäsenyys	40
Kaavio 18: Säästätkö säännöllisesti?	41
Kaavio 19: Jos säästät, niin minkä verran kuukaudessa?	41
Kaavio 20: Millä tavalla säästät?	42
Kaavio 21: Onko sinulla opintolainaa?	43

Taulukot

Taulukko 1: Vastajamäärät	29
---------------------------------	----

Liitteet

Liite 1 Kyselylomake	54
Liite 2 Kyselyn vastaukset	58

Liite 1 Kyselylomake

**Hyvä vastaanottaja!**

Kehittääkseen toimintaansa Suupohjan Osuuspankki kartoittaa nuorten mielipiteitä pankkipalveluista.

Tutkimukseen on satunnaisesti poimittu joukko Suupohjan Osuuspankin 18-30-vuotiaita asiakkaita. Toivomme, että voit käyttää ajastasi muutaman minuutin vastataksesi kyselyyn.

Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja tulokset esitetään yhteenvetona siten, että niistä ei voi tunnistaa vastaajaa tai yksittäisiä vastauksia. Kyselyyn vastataan nimettömänä.

Pyydämme sinua palauttamaan lomakkeen oheisessa palautuskuoressa **viimeistään 4.4.2014**. Palautuskuoren postimaksu on valmiiksi maksettu.

Kiitos yhteistyöstä ja hyvää kevään jatkoa!**POP Pankki Suupohjan Osuuspankki**

Harri Kiviharju

Liiketoimintajohtaja

Osoitelähde: Suupohjan Osuuspankin asiakasrekisteri

Taustatiedot

1. Sukupuoli Nainen Mies
2. Syntymävuosi _____
3. Asuinpaikkakunta _____
4. Sosiaalinen asema Opiskelija Palkansaaaja Yrittäjä Eläkeläinen Ei työelämässä
5. Mikä on pääpankkisi?

<input type="checkbox"/> Aktia	<input type="checkbox"/> POP Pankki
<input type="checkbox"/> Danske Bank	<input type="checkbox"/> S-Pankki
<input type="checkbox"/> Handelsbanken	<input type="checkbox"/> Säästöpankki
<input type="checkbox"/> LähiTapiola pankki	<input type="checkbox"/> Ålandsbanken
<input type="checkbox"/> Nordea	<input type="checkbox"/> Joku muu, mikä _____
<input type="checkbox"/> OP-Pohjola	

Muuton vaikutus pankkisuhteeseen

6. Oletko muuttanut viimeisen 5 vuoden aikana paikkakunnalta toiselle? Kyllä En

Jos vastasit "En", niin siirry kysymykseen 10

7. Jos olet muuttanut, niin vaihdoitko pankkia muuton yhteydessä? Kyllä En

Jos vastasit "En", niin siirry kysymykseen 10

8. Jos vaihdoit pankkia, niin mikä syy vaikutti pankin vaihtoon? (*Valitse mielestäsi tärkein*)

Konttorin sijainti Lainan/talletuksen korko Pankkipalveluiden/tuotteiden laatu
 Asiakaspalvelu Palvelumaksut Muu, mikä? _____

9. Mitkä seikat vaikuttivat uuden pankin valintaan? (*Valitse mielestäsi tärkein*)

Konttorin sijainti Lainan/talletuksen korko Pankkipalveluiden/tuotteiden laatu
 Asiakaspalvelu Palvelumaksut Pankin maine/tunnettuus
 Ystävän/sukulaisen suosittelu Muut syyt, mitkä? _____

Säästäminen

10.Säästätkö säännöllisesti? Kyllä En

Jos vastasit "En", niin siirry kysymykseen 13

11.Jos säästät, niin minkä verran kuukaudessa?
 alle 50 € 50-100 € 101-200 € 201-300 yli 300 €

12.Millä tavalla säästät? Tilille Rahastoon
 Osakkeisiin Jollain muulla tavalla, millä? _____

AsuntoSäästöPalkkio-tili

13.Tiedätkö, mikä on Asuntosäästöpalkkiotili eli ASP-tili? Kyllä En

14.Onko sinulla ASP-tili? Kyllä Ei

Kysymykset 15-16 ovat vastaajille, joilla on ASP-tili

15.Kuinka monta vuotta olet säästänyt? alle vuoden 1-3 vuotta 4 vuotta tai kauemmin
 16.Minulla on ASP-tili Yksin Yhteinen puolison/kumppanin kanssa

Kysymykset 17-18 ovat vastaajille, joilla ei ole ASP-tiliä

17.Aiotko tulevaisuudessa avata ASP-tilin?
 Kyllä seuraavan kahden vuoden sisällä Kyllä, seuraavien 3-4 vuoden sisällä
 Kyllä, yli 5 vuoden päästä En aio

18.Jos et aio, niin miksi?

Opintolaina

19.Onko sinulla opintolainaa? Kyllä Ei

20.Aiotko tulevaisuudessa ottaa opintolainaa? Kyllä En

21.Oletko ottanut opintolainaa verkkopankin kautta? Kyllä En

22.Oletko käyttänyt opintolainan nostamisessa sähköistä allekirjoitusta? Kyllä En

Pankkipalvelut

23.Miten usein asioit pankin konttorissa? Viikoittain Kuukausittain
 Muutaman kerran vuodessa Harvemmin

24.Oletko Suupohjan Osuuspankin jäsenasiakas? Kyllä En

25.Tunnetko pankin jäsenyyden tuomia etuja? Kyllä En

26. Mistä hankit tietoa pankkipalveluista? (Voit valita useamman vaihtoehdon)

- Pankin asiakaslehti Pankin nettisivut Sosiaalinen media
 Oma yhteydenotto pankkiin Pankin esitteet TV/radio
 Ystävät/sukulaiset Pankin lehti-ilmoitukset Muu, mikä? _____

27. Onko Suupohjan Osuuspankista oltu sinuun henkilökohtaisesti yhteydessä?

- Kyllä, viimeisen vuoden aikana Kyllä, 1-3 vuoden sisällä Kyllä, yli 3 vuotta sitten Ei

28. Onko muista pankeista oltu sinuun henkilökohtaisesti yhteydessä? Ei Kyllä, mistä pankista?

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

- Aktia POP Pankki
 Danske Bank S-Pankki
 Handelsbanken Säästöpankki
 LähiTapiola pankki Ålandsbanken
 Nordea Joku muu, mikä _____
 OP-Pohjola

29. Millä tavalla toivot pankin olevan sinuun yhteydessä?

- Puhelimitse Sähköpostitse Kirjeitse e- Asiakaspalvelun kautta

Vastaa seuraaviin väittämiin asteikolla 1-5. Ympyröi sinulle sopivin vaihtoehto.

(0= En osaa sanoa, 1 = En lainkaan tyytyväinen, 2 = Jonkin verran tyytyväinen, 3 = Melko tyytyväinen, 4 = Hyvin tyytyväinen)

30. Kuinka tyytyväinen olet seuraaviin asioihin Suupohjan Osuuspankissa?

1) Henkilökunnan asiantuntemus	0	1	2	3	4
2) Paneutuminen yksilöllisesti asiakkaan tilanteeseen ja tarpeisiin	0	1	2	3	4
3) Päätöksenteon nopeus	0	1	2	3	4
4) Lupauksien pitäminen	0	1	2	3	4
5) Henkilökunnan ystävällisyys	0	1	2	3	4
6) Jäsenedut	0	1	2	3	4
7) Palvelun nopeus	0	1	2	3	4
8) Palvelun joustavuus	0	1	2	3	4
9) Palvelujen monipuolisuus	0	1	2	3	4
10) Tavoitettavuus puhelimitse	0	1	2	3	4
11) Tavoitettavuus verkon kautta	0	1	2	3	4
12) Konttorin aukioloajat	0	1	2	3	4

Pankin verkkopalvelut

31. Miten usein vieraillet POP pankin kotisivuilla? Päivittäin Viikoittain Kuukausittain
 Muutamana kerran vuodessa En ollenkaan

32. Mitä tietoja etsit pankin kotisivuilta?

- Ajankohtaistietoa Yhteystietoja Tuote-/palvelutietoja
 Tarjouksia Muuta, mitä? _____

33.Löydätkö etsimäsi tiedon pankin kotisivuilta? Kyllä Useimmiten Harvoin En

34.Käytätkö POP Pankin verkkopankkia? Kyllä En

35.Oletko käyttänyt POP Pankin verkkopankin mobiiliversiota? Kyllä En

36.Käytätkö verkossa POP Pankin e-Asiakaspalvelua? Kyllä En

37.Jos olet käyttänyt e-Asiakaspalvelua, niin millaisten asioiden yhteydessä?

Tiliasiat Laina-asiat Jäsenasiat Korttiasiat Oma viesti pankille
 Pankin lähettämän viestin lukeminen Muissa asioissa, missä?

*Vastaa seuraaviin kysymyksiin asteikolla 1-5. Ympyröi sinulle sopivin vaihtoehto.
 (1 = Huono, 5 = Erinomainen)*

38. Minkä yleisarvosanan annat Suupohjan Osuuspankille? 1 2 3 4 5

Mikäli et käytä seuraavia sivuja/palveluja, niin jätä vastaamatta kysymykseen.

39.Minkä arvosanan annat POP Pankin kotisivuille? 1 2 3 4 5

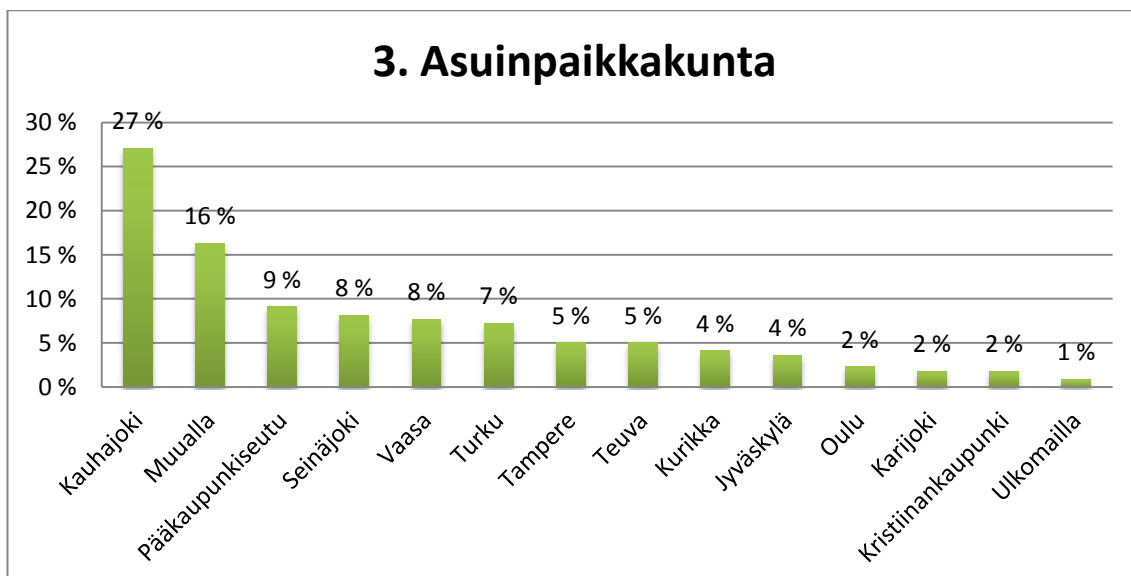
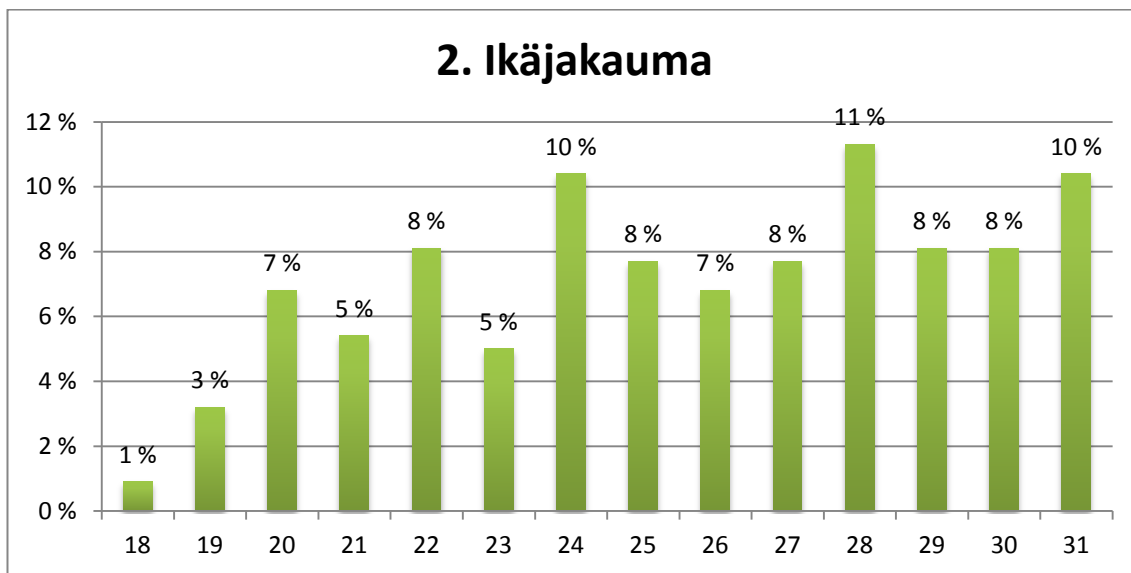
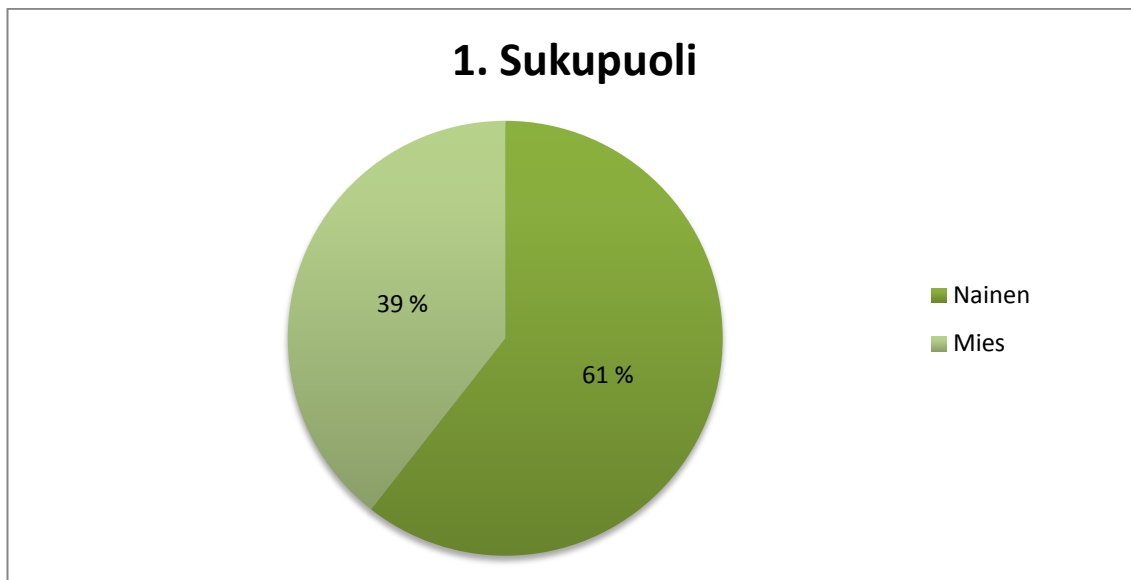
40.Minkä arvosanan annat POP Pankin verkkopankille? 1 2 3 4 5

41.Minkä arvosanan annat POP Pankin mobiilipankille? 1 2 3 4 5

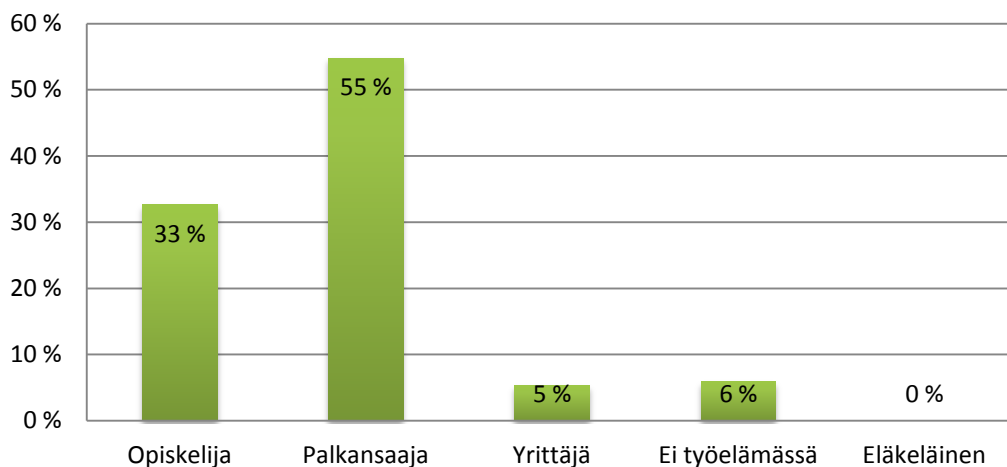
42.Avoim palaute

Kiitos vastauksistasi! ☺

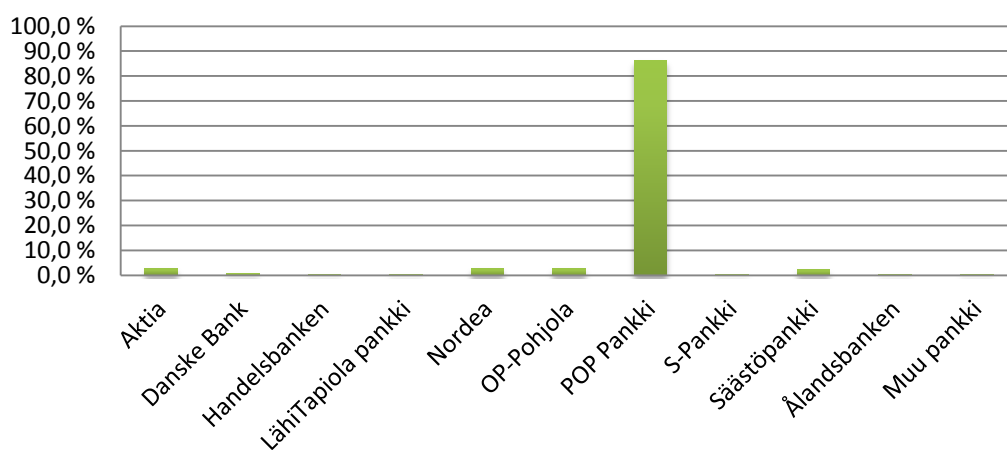
Liite 2 Kyselyn vastaukset



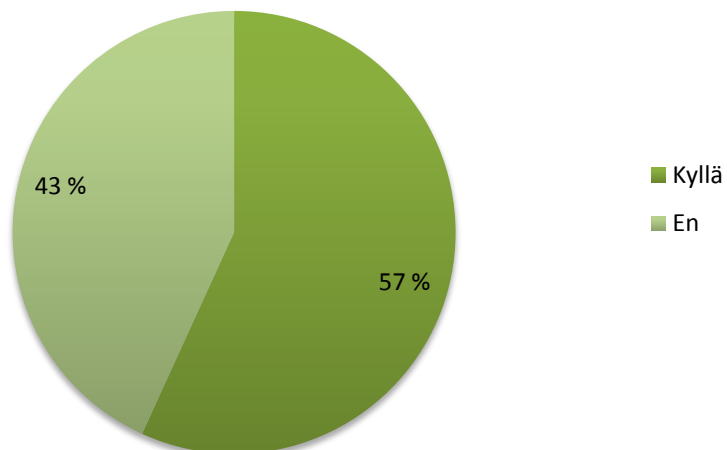
4. Sosiaalinen asema



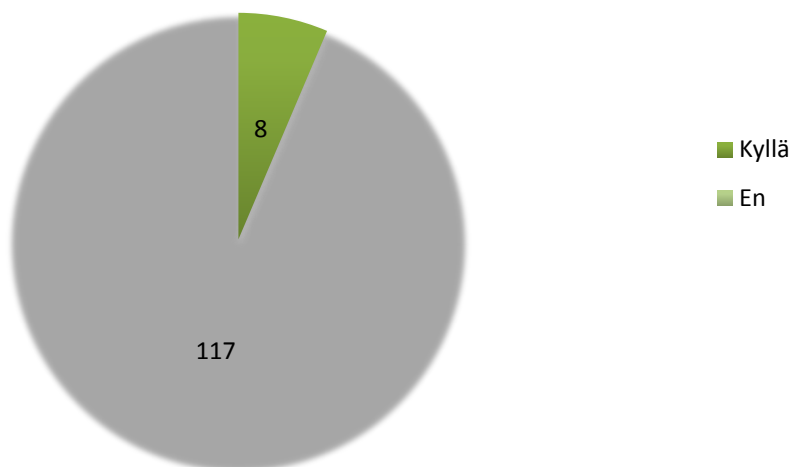
5. Pääpankki



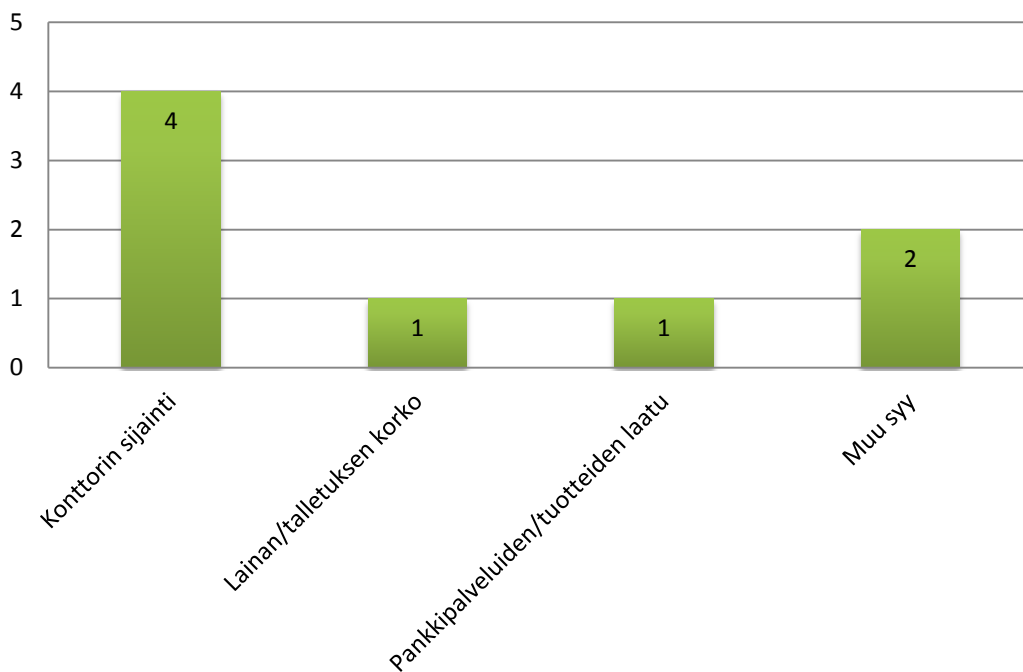
6. Oletko muuttanut viimeisen 5 vuoden aikana paikkakunnalta toiselle?



7. Jos olet muuttanut viimeisen 5 vuoden aikana, niin vaihdoitko pankkia muuton yhteydessä? (Kappaletta)



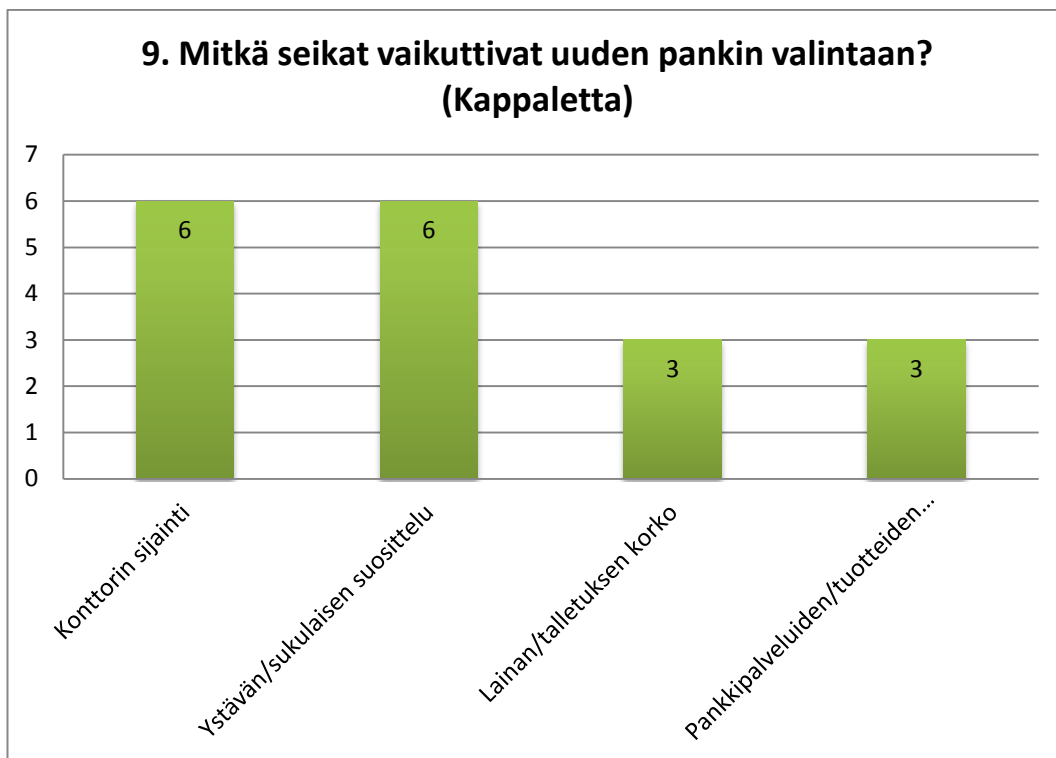
8. Jos vaihdoit pankkia muuton yhteydessä, nii mikä syy vaikutti pankin vaihtoon? (Kappaletta)

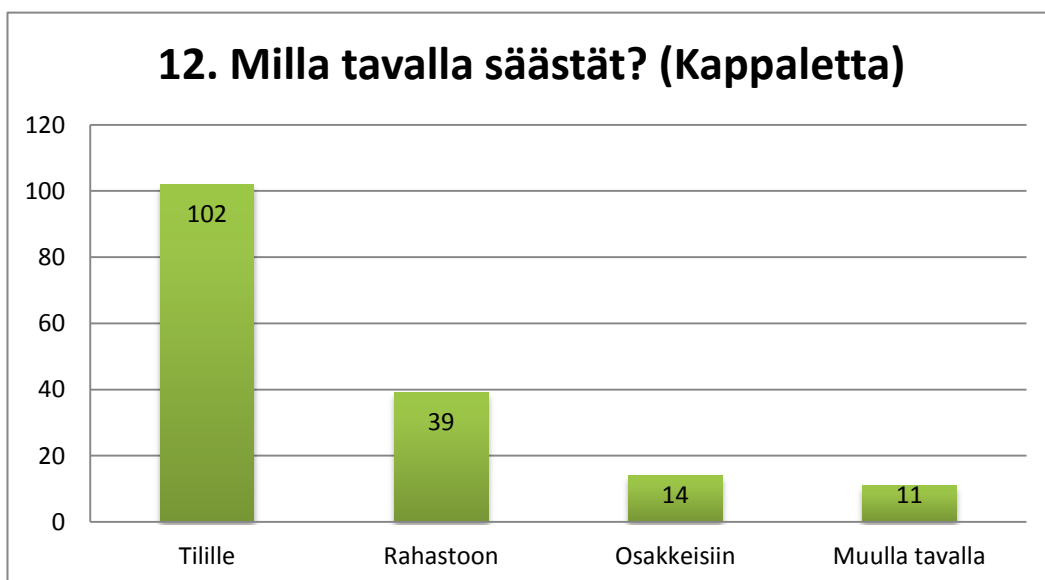
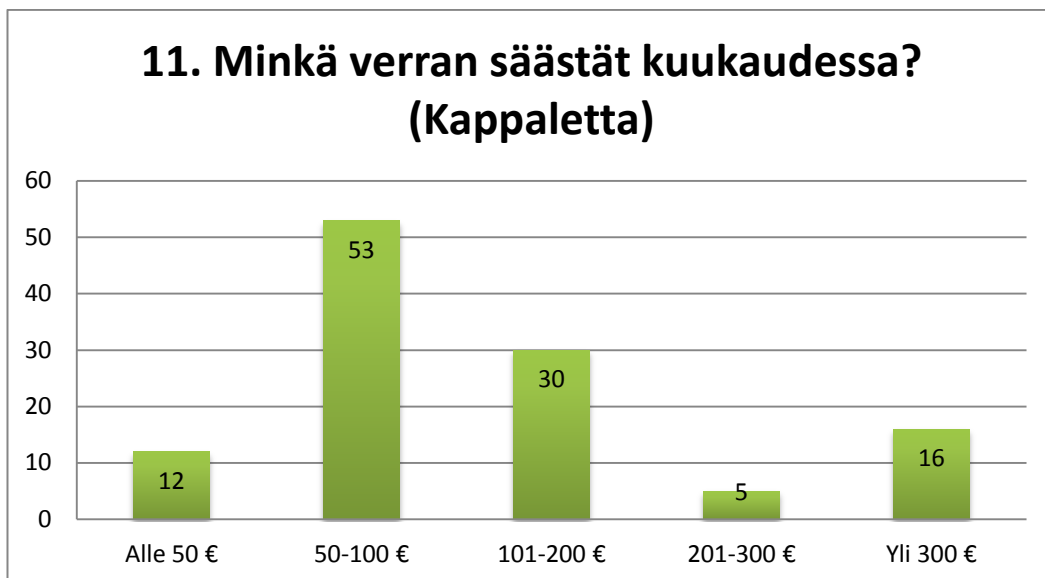


Muu syy:

Asuntolaina

Vaihdoin maata samalla





Muulla tavalla:

POP osuudet

Sukanvarsi

Kirjekuoreen

Käteistä sukanvarteen

ETF, Sijoitusvakuutus

Sukanvarteen

Säästöpossuun

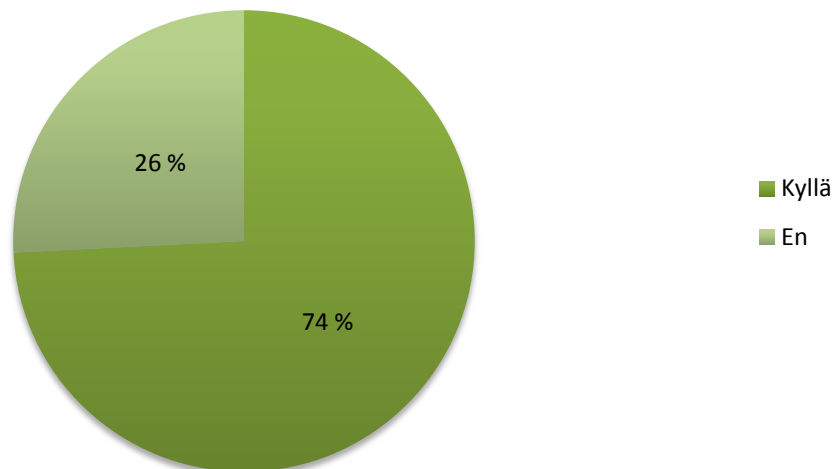
Pullorahoja

Säästöpossuun

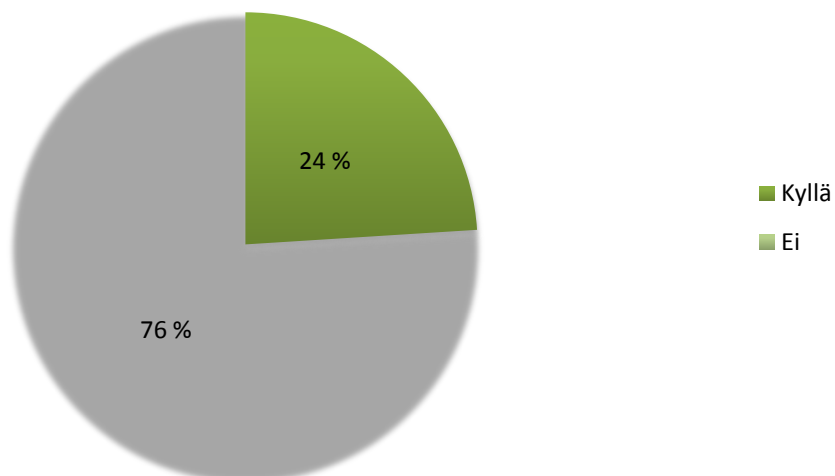
Säästöpossuun

S-Pankkiin

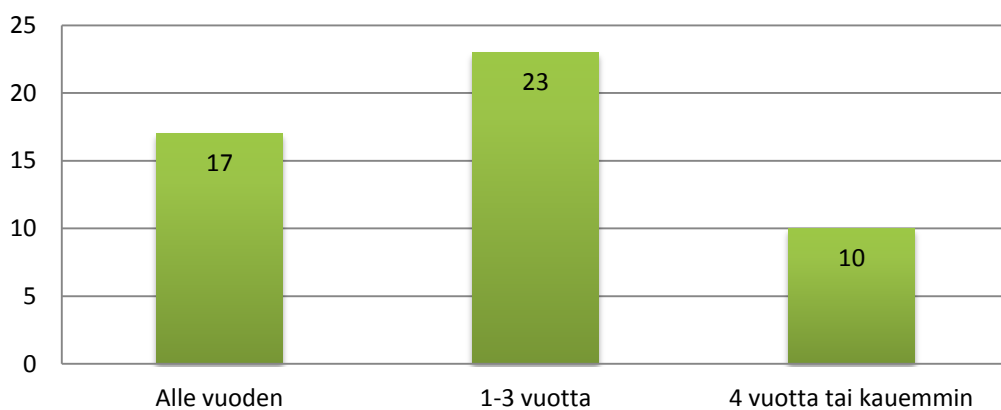
13. Tiedätkö mikä on ASP-tili?

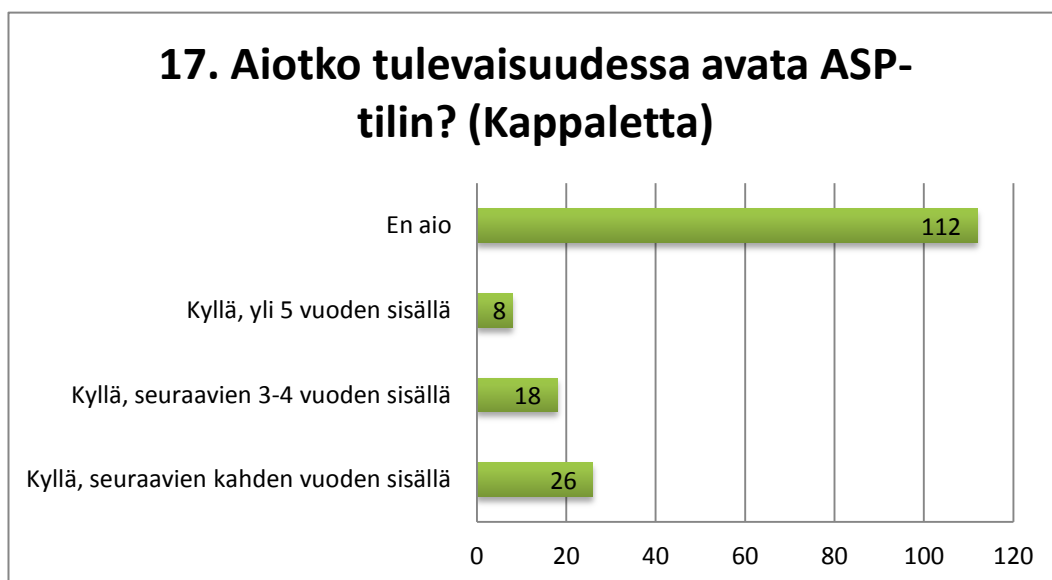
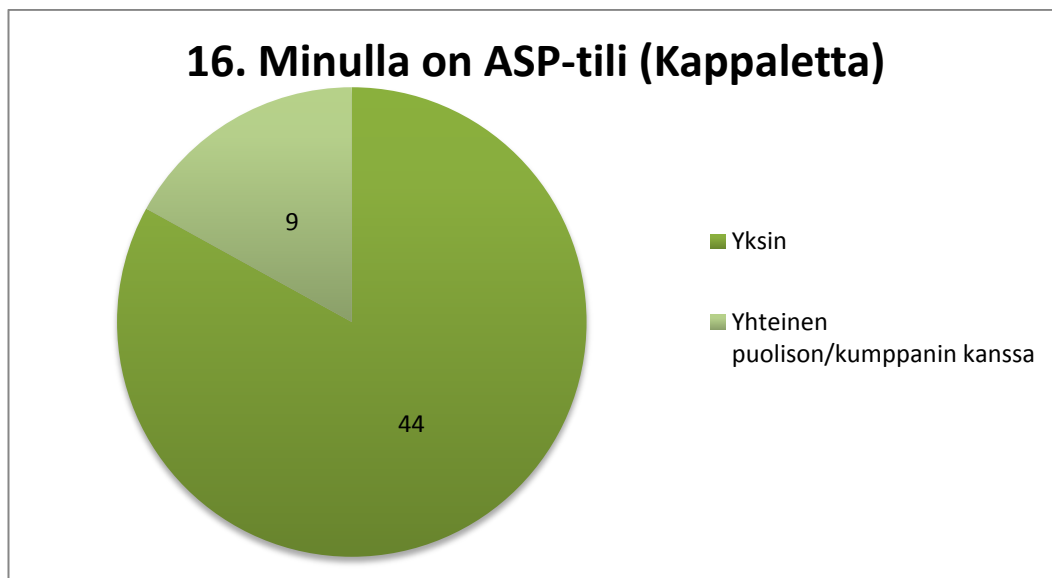


14. Onko sinulla ASP-tili?



15. Kuinka monta vuotta olet säästänyt ASP-tilille? (Kappaletta)





18. Jos et aio avata ASP-tiliä, niin miksi?

Koska en tiedä mikä se on.

Olen ostanut jo ensiasuntoni

Koska en tiedä mikä se on... tyhmä kysymys

"En tiedä" ei ollut vaihtoehtoissa

Nykyinen talous- ja työllisyystilanteemme voi muuttua tulevaisuudessa. En halua siitä syystä sitoutua minkäänlaiseen omistusasuntoon. Myös tulevaisuudessa tapahtuva kaksien asunto-markkinoiden synty ja sen tuleva muoto ja suhteellinen jyrkkyys mietityttävät.

Ensimmäinen asunto on jo ostettu.

Teen mieluummin suoria osakesijoituksia, jotka voin realisoida haluamaani käyttöön ja aikaan, kuin sijoitan "höpöhöpö pankki vetää välistä" -tuotteisiin.

Omistan jo omakotitalon

Omistan asunnon

En tiedä mikä se on, en voi sanoa varmasti

Ei tällä hetkellä ole tarvetta, rahat muutenkin tiukalla opiskelun takia. Voi tietysti olla, että jossain vaiheessa 5 vuoden sisällä sen voisinkin avata, mutta nyt on sellainen tunne, etten ole avaamassa.

Koska minulla on ollut jo ASP-tili ja nyt minulla on ASP-laina

En halua

Ei ole varaa säästää muuta kuin puskurisäästöä

En tiedä mikä se on, joten vastasin varoiksi että en aio

Ei ole tarvetta

Minulla on jo asunto-osake

Ollut jo ASP-tili

En tällä hetkellä tiedä asiasta mitään ja olen jo asuntolainan lyhentäjä, enkä koe tarpeelliseksi juuri nyt

Minulla oli ASP-tili ja lopetin sen, koska ei ollut työttömänä ollessa varaa laittaa rahaa tilille ja sillä hetkellä tarvitsin ne rahat elämiseen jotka olin säästänyt ASP-tilille.

Tiukka opiskelijabudjetti.

Minulla on jo toinen omistusasunto, eli ei varsinaisesti ole tarvetta säästää asuntoa varten

Olen avannut ja käyttänyt

En tiedä mikä se on

En tarvi

Kyseinen asia on minulle vieras

Tili oli tili meni

Ei ole tarvetta

En koe tarpeelliseksi enää tässä vaiheessa ja ennemmin ei ole tullut laitettua, kun tietoa on tullut hyvin niukasti asiasta

Omistan jo asunnon

En koe sitä tarpeelliseksi

Mikä se on?

En tiedä mitä hyötyä siitä on, raha pysyy yhdelläkin tilillä niin, että säästöä kertyy

Tiedon puute

Oikeampi vastaus on että en tiedä. Sitä on mainostettu kyllä virallisesti ja epävirallisesti minulle ja olen harkinnut sitä, mutta en ole oikein ymmärtänyt sen tarkoitusta/hyötyä minulle.

En ole myöskään varma onko siitä enää hyötyä minulle, koska olen hyvin lähellä 30 ikävuotta.

Ei ole mistä säästää

En tiedä siitä mitään

En usko että tulen ostamaan asuntoa Suomesta

Turhaa

Olen vielä hyvin epävarma tilin hyödyistä ja haitoista

En ole saanut riittävän hyviä perusteita, miksi ASP-tili kannattaisi avata

Olisi kiva saada lisätietoa siitä tilistä

Luulen että en tarvitse sellaista tiliä

En pidä sitä järkevänä sijoituksena

Minulla on omistusasunto, enkä ole suunnittelemassa uuden ostoa taikka rakentamista.

Asuntosäästäminen ei ole ajankohtaista, kun tulossa spv maatilalla.

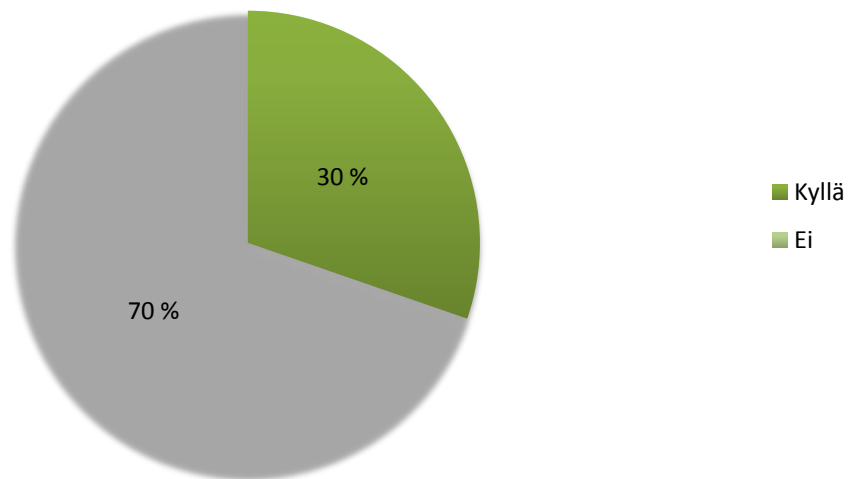
En tiedä mikä se on

En näe siinä mitään hyötyä

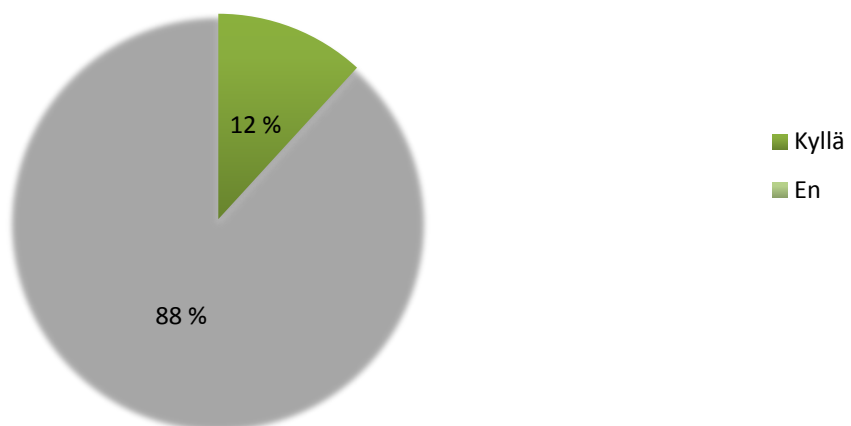
Oman omistusasunnon hankkiminen ei ole tapahdu vielä lähitulevaisuudessa. Tulevaisuutta varten säästän normaalisti" pankkitilille tallettamalla sen verran kuin mahdollista."

Aion avata, mutta en tiedä koska. Enkä vaikka 20 vuoden päästä, jos silloin vielä on ASP-tili olemassa.

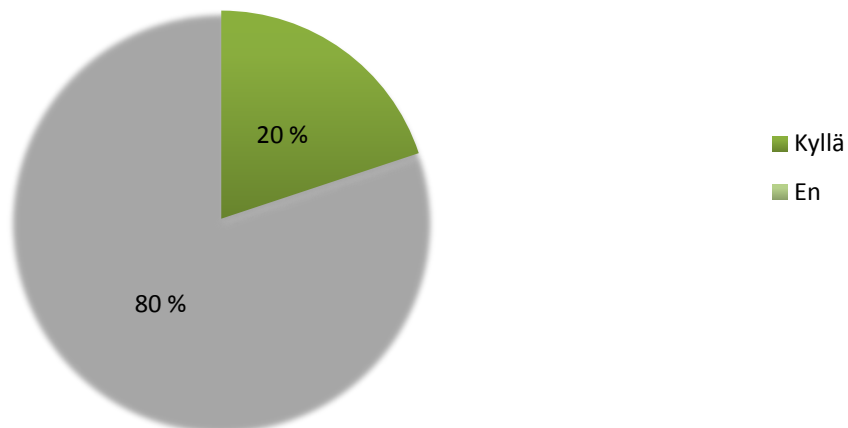
19. Onko sinulla opintolainaa?



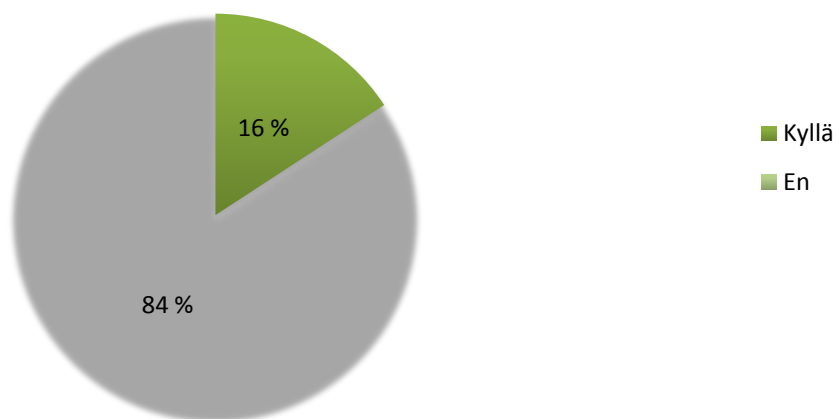
20. Aiotko tulevaisuudessa ottaa opintolainaa?



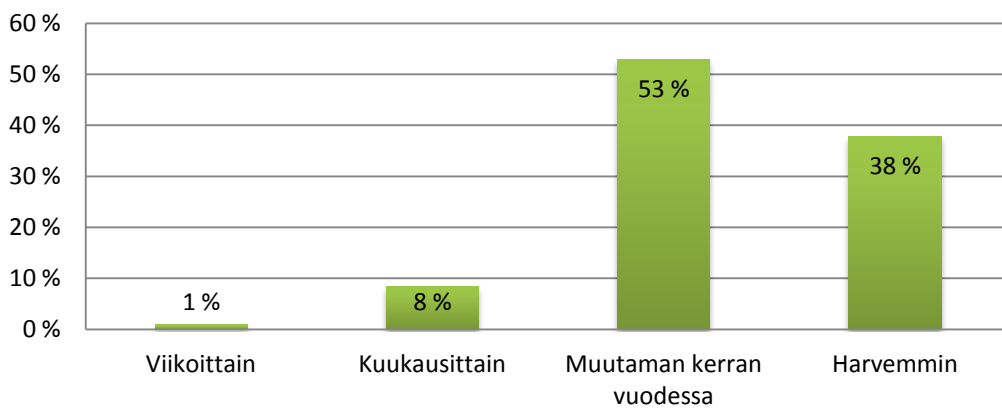
21. Oletko ottanut opintolainaa verkkopankin kautta?



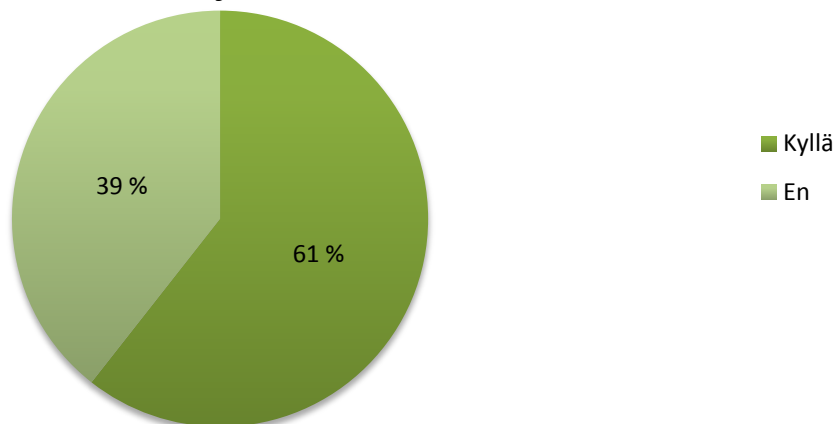
22. Oletko käyttänyt opintolainan nostamisessa sähköistä allekirjoitusta?



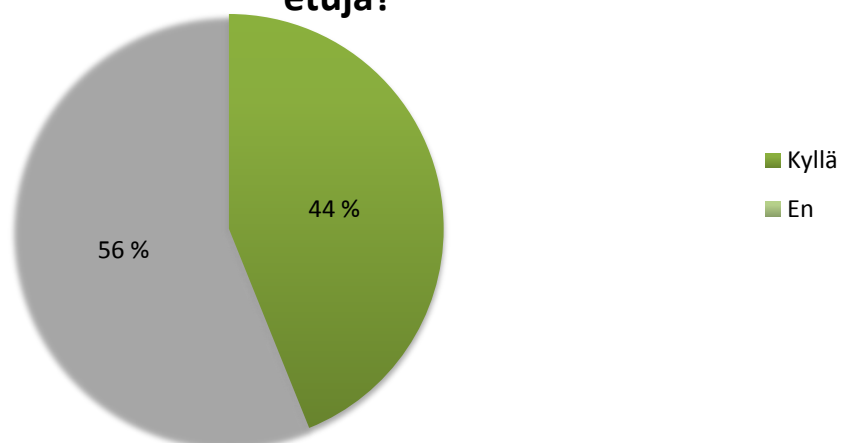
23. Miten usein asioit pankin konttorissa?

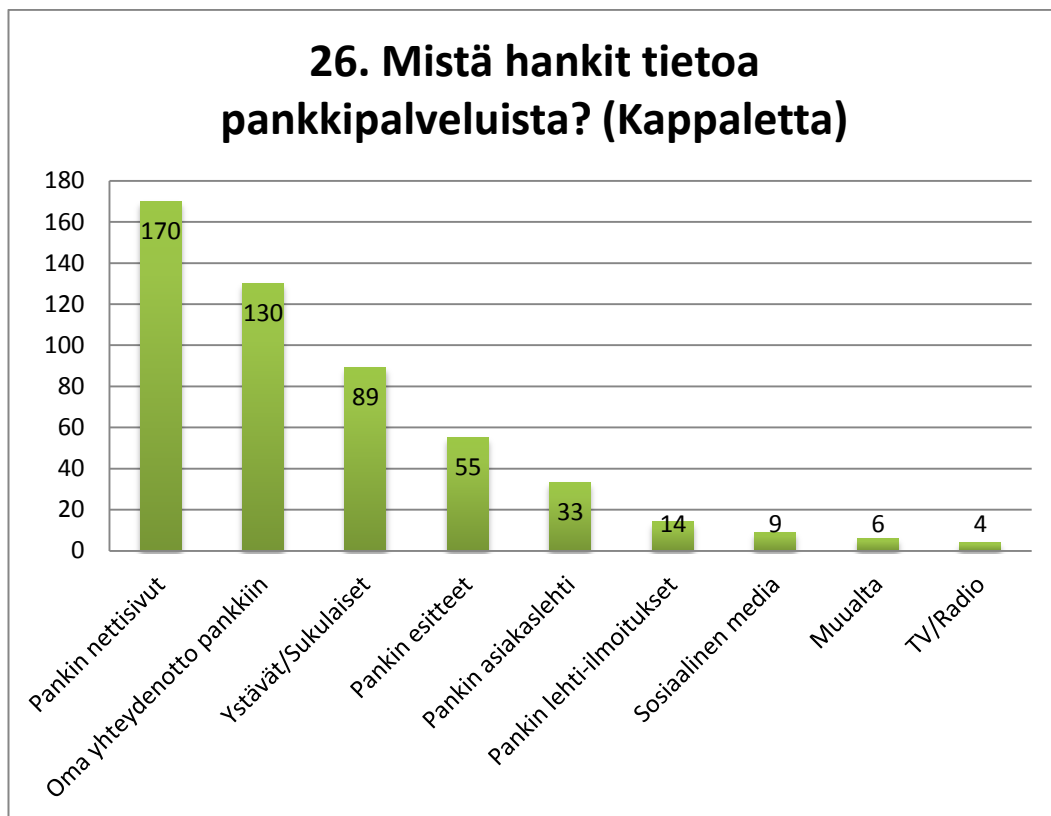


24. Oletko Suupohjan Osuuspankin jäsenasiakas?



25. Tunnetko pankin jäsenyyden tuomia etuja?





Muualta:

Internet

Pankin konttori

POP Pankissa töissä olevalta äidiltä

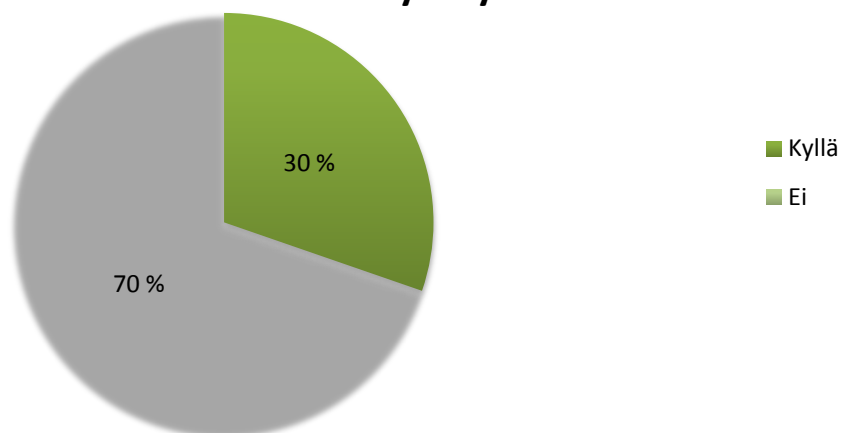
Verkkopankki

Viesti asiakaspalveluun verkkopankin kautta

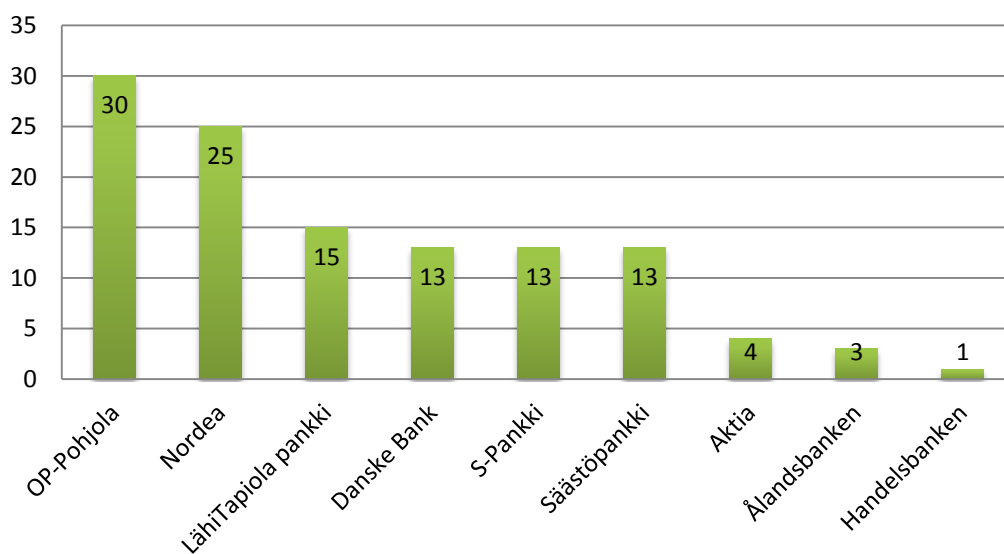
e-Asiakaspalvelu



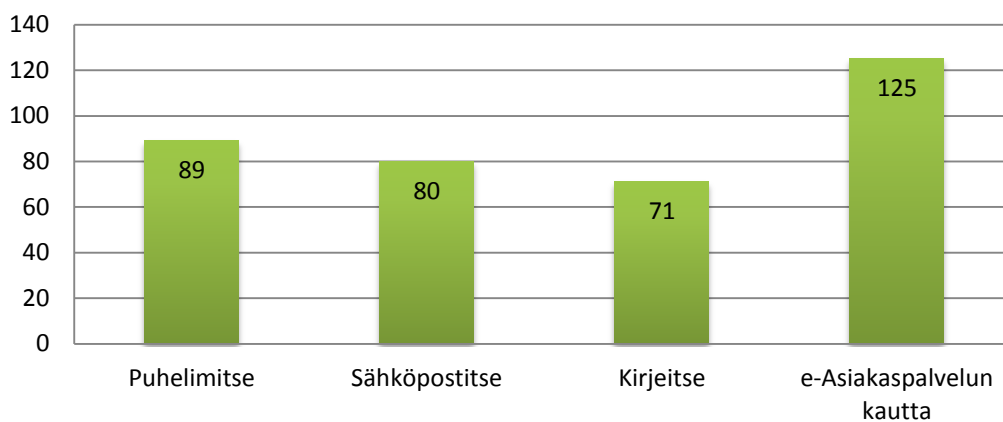
28. Onko muista pankeista oltu sinuun henkilökohtaisesti yhteydessä?



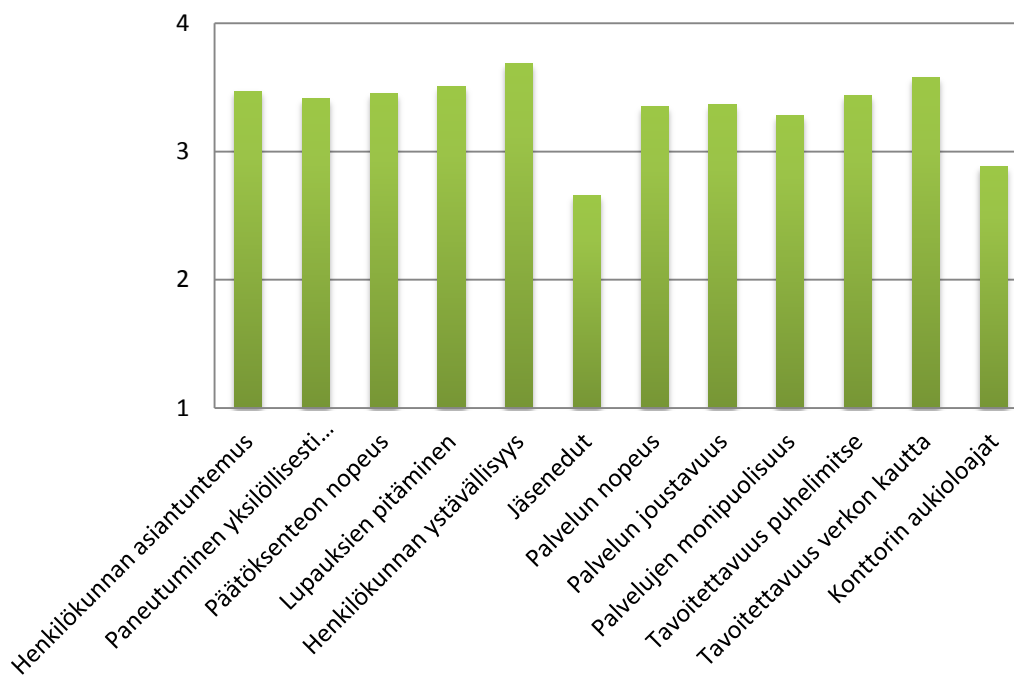
28. Lisäkysymys: Mistä pankeista sinuun on oltu yhteydessä? (Kappaletta)

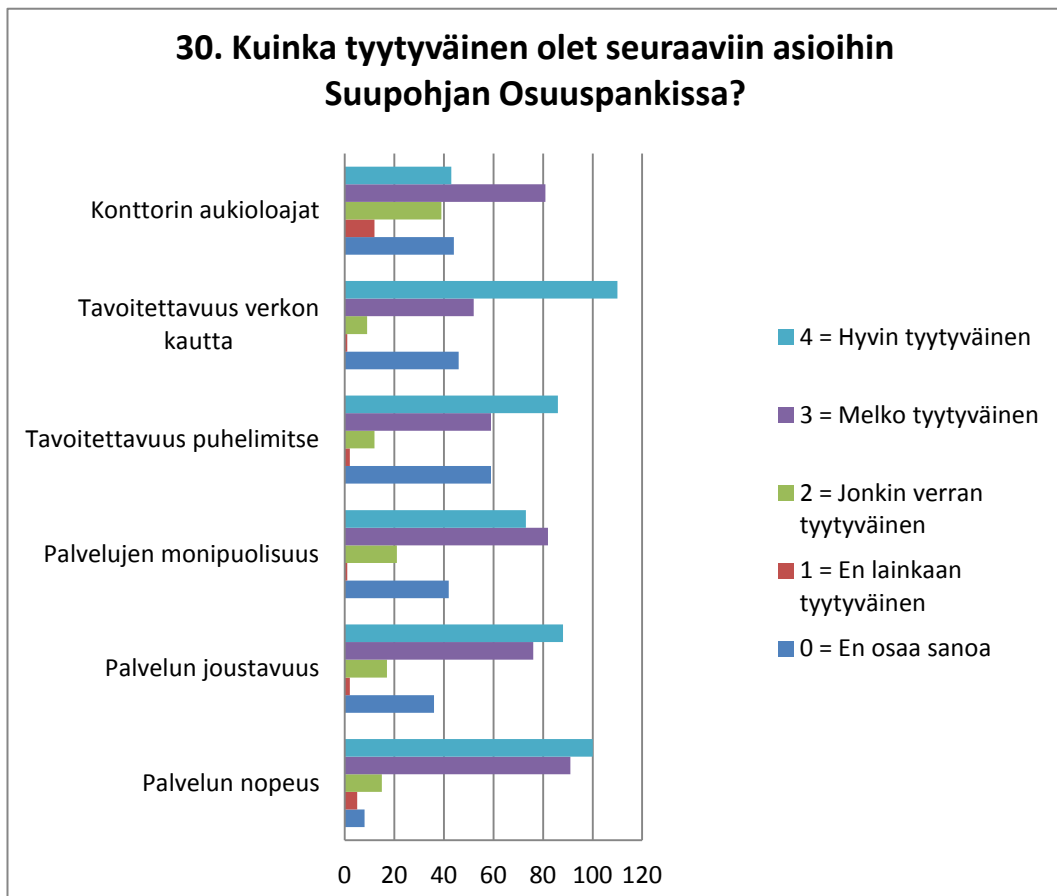


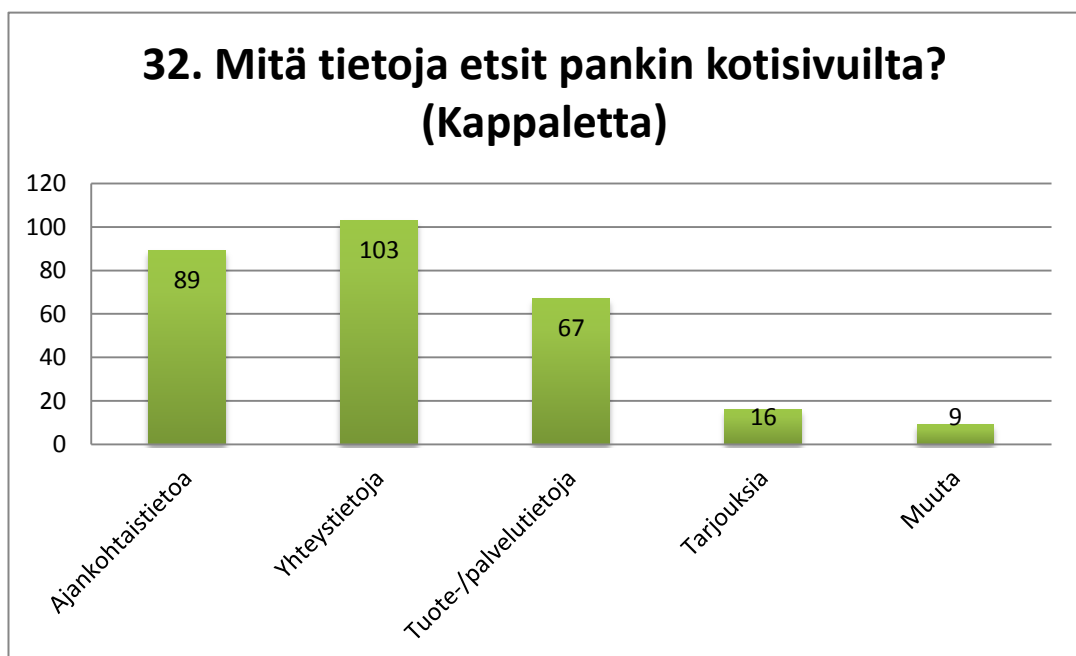
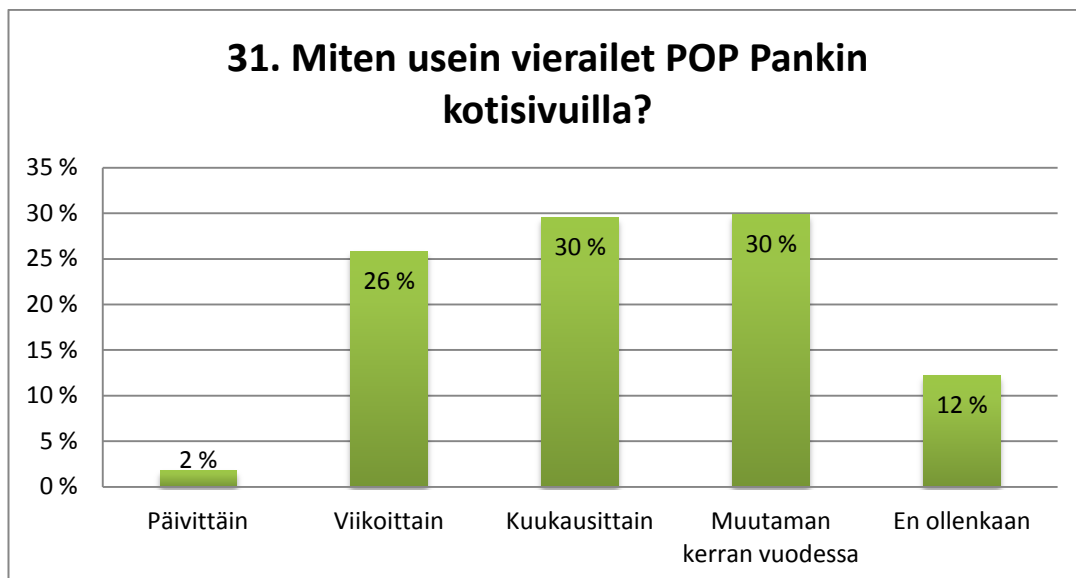
29. Millä tavalla toivot pankin olevan sinuun yhteydessä? (Kappaletta)



30. Kuinka tyytyväinen olet seuraaviin asioihin SOP:issa? - Keskiarvot







Muuta:

Iban laskuri

Kirjautun nettipankkiin

Verkkopankin sisäänkirjautuminen

Kirjautun verkkopankkiin

Tilitiedot

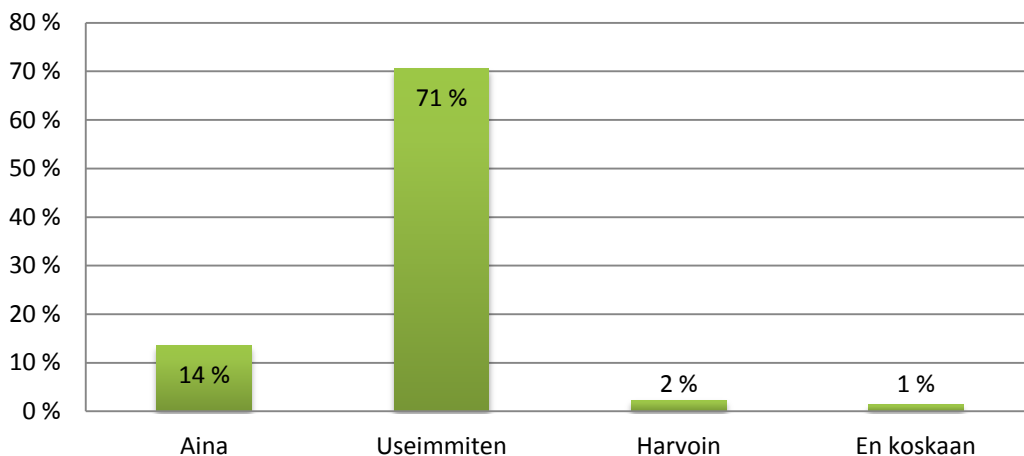
Tilini tietoja

Verkkopankki

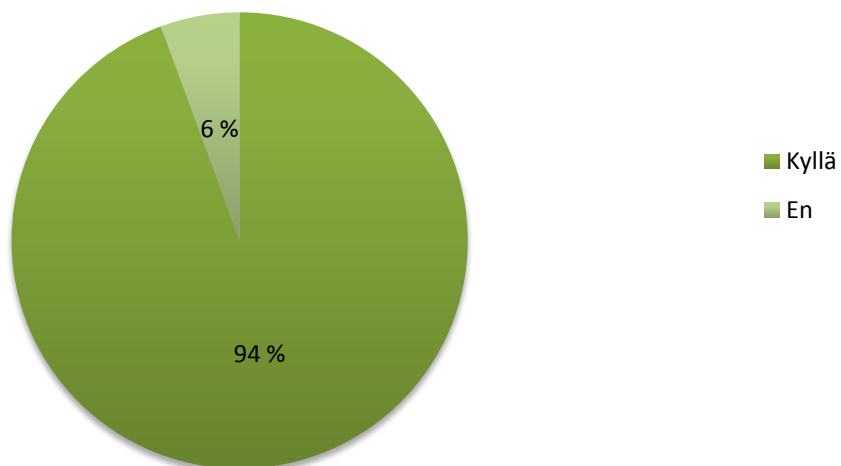
Tilin saldo

Esimerkiksi VISA kortin sulkupalvelu numero voisi löytyä nopeasti etusivulta tai vastaavasta paikasta

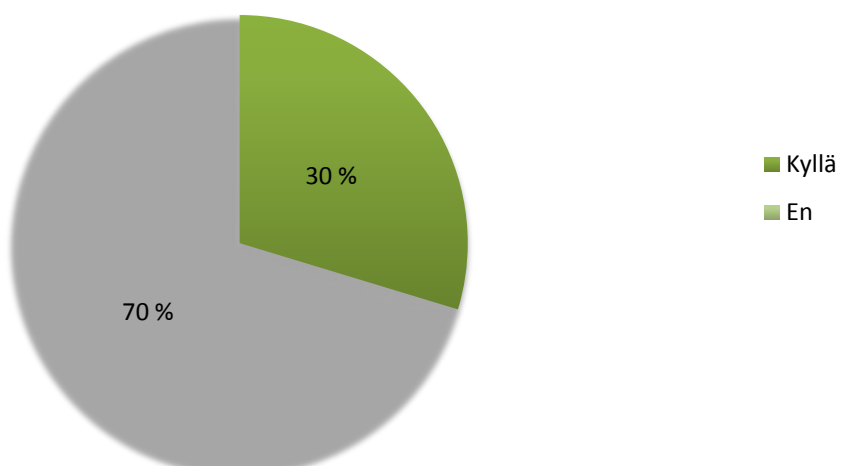
33. Löydätkö etsimäsi tiedon pankin kotisivuilta?



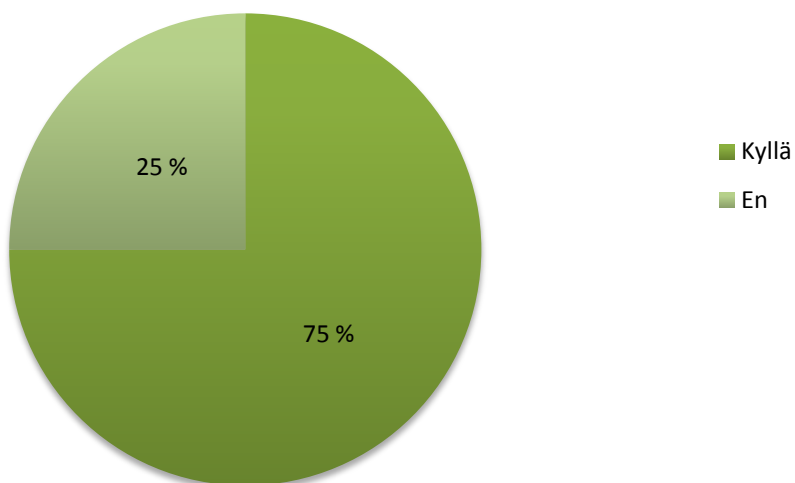
34. Käytätkö POP Pankin verkkopankkia?



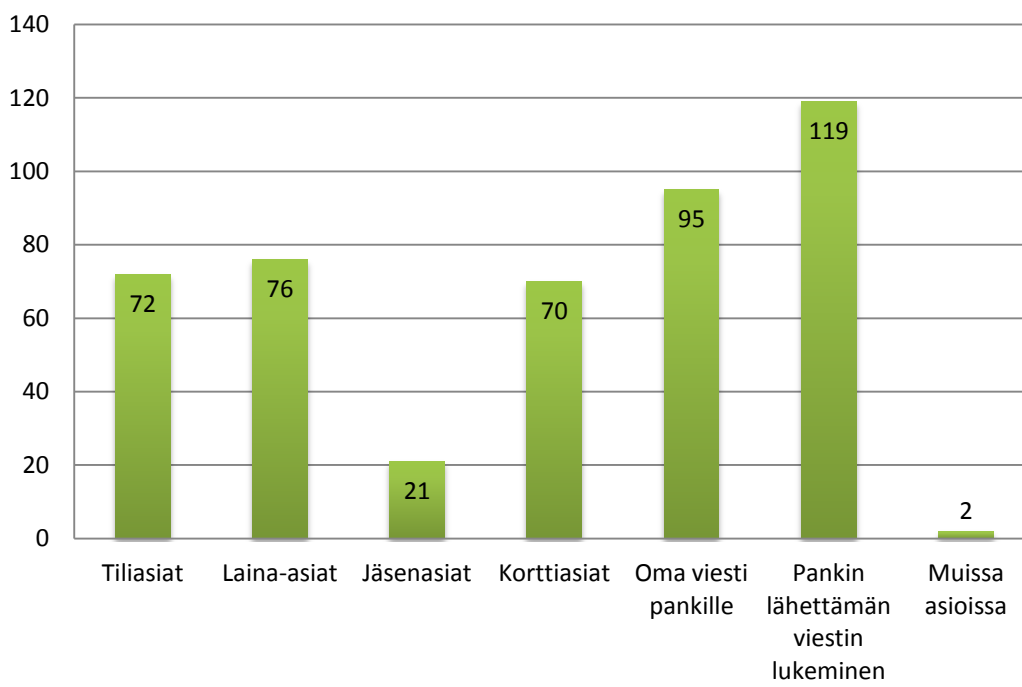
35. Käytätkö POP Pankin mobiilipankkia?



36. Käytätkö POP Pankin e-Asiakaspalvelua?



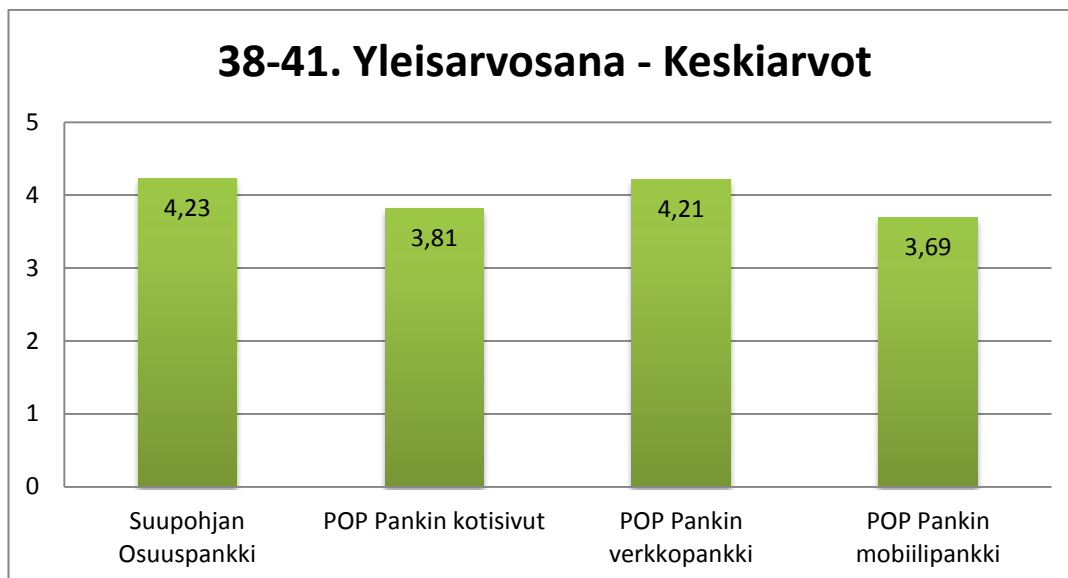
37. Millaisten asioiden yhteydessä olet käyttänyt e-Asiakaspalvelua? (Kappaletta)



Muissa asioissa:

Lasku

Rahastot



Avoin palaute:

Mobiilipankki

- Mobiilipankki on erinomainen
- Tarvittaisiin rehti mobiilipankkisovellus Windows puhelimelle
- S-Pankin mobiilipankki on huomattavasti modernimpi ja mukavampi käyttää
- Mobiilipankki on erinomainen ratkaisu. Vähemmän on tullut käytettyä kuin suoraan verkossa, mutta varmasti tulevaisuudessa enemmän tulen käyttämään myös mobiilipankkia.
- Mikä mobiilipankki?! Viimeksi kun kotisivuilta yritin etsiä siitä tietoa, niin en löytänyt.
- Mobiilisovellus Pivo-lompakko toimii tällä hetkellä ainoastaan OP-Pohjola -pankin nettipankkitunnuksilla. Hankkiutukaa mukaan sovelluksen käyttöön pian. Todella käytännöllinen sovellus puhelimessa ja tabletissa. Kaiken kaikkiaan kehittäkää mobiilisovelluksia niin pitkälle kuin mahdollista. Nuoret liikkuvat ja esimerkiksi ystävänä hoitavat pankkiasioita jatkuvasti liikkeellä ollessaan. Nuoret arvostavat mobiilipalveluita enemmän kuin henkilökohtaista palvelua. Ikävä kyllä, tällä hetkellä OP-Pohjola ja Nordea sekä Danske Bank vetävät paljon pidemmän korren mobiilisovellusten osalla. Niillä on helpot ja näppärät visuaaliset käyttöliittymät. POP-Pankilla on ainoastaan mobiilisivusto, joka on hieman jäljessä muiden pankkien sovellusten toiminnallisuudesta.
- Mobiilipankkisovelluksessa paljon virheitä esim. itselläni tilitapahtumia ei aina mahdollista selailla jne.
- Tilillä tapahtuneet muutokset eivät aina heti päivity mobiilipankkiin.

- Olen viihtynyt POP-Pankin asiakkaana ja minulle on tärkeää, että se on suomalainen pankki. Mobiilipankista toivoisin sen verran lisää, että sieltä voisi katsoa myös palkkalaskelmat kuten verkkopankissakin.
- Mobiilisovellus josta näkisi tilin saldon kokoajan.

Verkkopankki

- Pop-pankin kotisivut ovat erittäin selkeät, samoin verkkopankki on helppo käyttää.
- E-laskujen kohdalla olisi hyvä lukea, mitkä laskut on maksettu, avoimena, ym. Tällä hetkellä kaikki näkyy samalla tavalla, joten voin vain olettaa, että olen maksanut kaikki..
- Verkkopankin E-laskupalvelu muuten hyvä, mutta maksettuihin E-laskuihin pitäisi tulla merkintä "Maksettu". Nyt maksetut E-laskut jäävät näkyviin ja jos niitä ei heti poista ei hetken kuluttua enää muista onko kyseinen lasku maksettu vai ei. Ei varmasti ole hirveän iso operaatio muuttaa ohjelmaa niin että tällainen merkintä maksettuihin laskuihin tulisi.
- Haluaisin nettipankkiin palvelun, joka laskee automaattisesti budjetin, mihin rahaa menee jne. Jos olen ostanut S-marketista, summa menisi ruokakuluihin, ABC taas autokuluihin ja niin edespäin. Ei tarvitsisi itse pitää Exceliä.
- Olisi hyvä, mikäli verkkopankissa näkyisi myös vuotta vanhempia tilitapahtumia. Muuten on pelkkää hyvää sanottavaa. Kiitos hyvästä palvelusta ja hyvää alkavaa kevättä!

e-Asiakaspalvelu

- E-asiakaspalvelun nopeus ja tekstiviesti-ilmoitus vastauksesta ovat erittäin suuri plussa!
- Mielestäni e-Asiakaspalvelu on hieno keino saada nopeasti mieltä askarruttaviin asioihin vastauksia. Vastaukset tulee aina nopeasti ja pankki on todella helposti lähestyttävissä tällä keinoin. Kiitos!

Muu palaute

- Kiitos ☺
- Olen pitänyt tämän pankin toiminnasta ja aion käyttää tämän palveluita jatkossakin. Viesteihin on vastattu nopeasti ja yhteydenotto onnistui ulkomaillakin parissa tunnissa. Vanhempani käyttävät samaa pankkia ja suosittelevat tätä, joten jatkan täällä jatkossakin.
- Olen tyytyväinen pankin asiakasläheiseen toimintaan. Myös paikkakunnalla, jossa ei ole pankin konttoria, asioiden hoitaminen onnistuu verkossa. Kiitokset e-Asiakaspalvelusta. Linjaukseen, jonka mukaan verkkopankin käytöstä alettiin veloittaa myös jäsenasiakkailta, olen kuitenkin pettynyt.
- Laskekaa palvelumaksuja, esim. Nordealla halvemmat hinnat.

- POP-Pankki on erinomainen henkilökohtaisissa asioissa, mutta yrityksen osalta pankki on ollut iso pettymys. Pankin vaihto onkin tästä syystä mahdollinen lähitulevaisuudessa.
- Palvelu on aina ollut hyvää ja asiallista. Jos tulee vain käymään kassalla, nostamassa tai laittamassa rahaa, palvelu on joustavaa, eikä tarvitse jonottaa kauaa.
- Aikaa käytetään varsinaisen asian ulkopuolella aivan liikaa, joka taas häiritsee varsinaisen asian käsittelyä. Asioita ei kerrota kerralla, vaan tietoa tulee pätkittäin jopa 1,5kk ajan ja olennainen tieto tulee vasta lopuksi useamman kyselyn jälkeen. Asiakasta ei kuunnella loppuun asti, joka aiheuttaa epäselvyyksiä jatkotilanteissa ja sitä kautta taas asian viivästymistä. Esimerkiksi asuntolaina maatalouden yhteydessä tuntuu olevan erityisen hankala, koska peruspalvelupuolella asiasta ei ymmärretä mitään ja taas maatalouspuolella ei ole resursseja asuntopuolen lainojen selvittämiseen. Esimerkiksi korkotuki mahdollisuus maatalouden puolelta asuinrakentamiseen ei olisi tullut ilmi jos en olisi ottanut väkisin yhteyttä maatalosaamisen puolelle. Maatalouspuoli on erittäin hyvällä tasolla POP Pankin Kauhajoen konttorissa, mutta yhden miehen harteilla on ehkä liikaa töitä joka näkyy heikohkona tavoitettavuutena asiakkaille, tämä on tietysti ymmärrettävää erityisesti sesonkiaikoina. Harkitsemme vahvasti pankin vaihtoa tai ainakin selvitämme tarkasti mahdollisuudet muissakin pankeissa, joista jo yhteyttä on pidetty. Näitä samantyyppisiä tapauksia tuntuu olevan tuttavapiirissä muutamia, ehkä ne ovat sitten vain sattumaa.
- Kaikin puolin hyvä pankki. Laina-asioissa suhtaudutaan hienosti ja tullaan vastaan tarpeiden mukaan. Henkilökunta on ollut mukavaa ja palvelut pelaa. Samaan malliin jatkossakin.
- Kiitos innokkaasta palvelusta ☺
- Pankin kilpailukyky on huonontunut. Jäseniä voisi ottaa paremmin huomioon esim. laina-asioissa. Peruspalveluiden muuttuminen maksulliseksi ei miellytä esim. visakysely.
- Opintolainan kulut ihan yläpäässä verrattuna muihin pankkeihin. Jäsenyyden otin vain ja ainoastaan sen takia että ei tarvitse niitä kuluja maksaa. Minulle muuten ei jäsenyydestä ole mitään hyötyä, sillä olen vielä nuorisojäsen.
- Kaikin puolin tyytyväinen pankin palveluihin.
- Olen kyllä tyytyväinen Suupohjan Osuuspankkiin. Opintolainaa olen harkinnut ottavani, mutta en ole siitä asiasta vielä ihan varma.
- Tämän kyselyn toteutus olisi voinut olla vähän parempi ;)
- On mahtavaa kun voi olla ”pienen” pankin asiakkaana. Ei ajatella että, ”Tuo pankkiin ainoastaan hiekkaa kenkien pohjassa”. Kiitos hyvästä palvelusta, niin Turkuun kuin Kristiinankaupunkiin ja Karijoelle.”

- Hyvät palvelut ja erittäin hyvin toimiva verkkopankki. Haluan kiittää kaikista näistä vuosista! Nyt, täytettyäni 26, olen kuitenkin vakavasti harkinnut pankin vaihtamista. Syynä ovat palvelumaksut ja olemattomat jäsenedut. Tiedän, että ainakin OP Pohjola tarjoaa jäsenilleen ilmaisen verkkopankin ja pankkikortin. Suuren suurista summista ei toki ole kyse, mutta kysymys onkin ennen kaikkea periaatteellinen. Laskin että omilla tarpeillani pankin jäsenmaksu on maksanut itsensä takaisin vasta kuuden vuoden kuluttua. Se on pitkä aika, enkä sen myötä koe saavani jäsenyydestä oikeastaan mitään järkevää etua. Varsinkin tällaisina taloudellisesti epävakaina aikoina näinkin pienet asiat saattavat monille olla se korsi, mikä katkaisee kamelin selän. Toivon, ettette lähde tavoittelemaan pikavoittoja, vaan että panostaisitte järkevän hinnoittelun ja hyvän palvelun kautta ennen kaikkea asiakastyytyväisyyden säilyttämiseen ja kasvattamiseen, mikä näkemykseni mukaan pitkällä tähtäimellä varmistaisi kilpailukykyne säilymisen ja tasaisen varmat tuotot. Kaikkea hyvää!
- Muutin Turkuun noin seitsemän vuotta sitten ja silloin mietin, että pitäisikö pankkia vaihtaa johonkin paikalliseen. Syynä tähän olisi se, että tiesin pankkikäyttätymiseni muuttuvan aktiivisemmaksi, kun muutin omilleni, joten ajattelin asioimisen olevan mutkattomampaa paikanpäällä. Oli tulossa opintolainaa, autolainaa ja jossain vaiheessa mahdollisesti asuntolainaa. Olen erittäin tyytyväinen että pysyin Suupohjan Osuuspankin asiakkaana! Palvelu on ollut erinomaista, kehun sitä aina ystävilleni!! Verkkopankin kautta asiointi toimii helposti ja nopeasti ja AINA olen saanut asiantuntevaa palvelua ja minulle on välittynyt aito kiinnostus joskus myös ongelmiani kohtaan. Kiitos pankille ja sen henkilökunnalle!!
- Lainat olisin siirtänyt teille jos olisitte luvanneet samalla hinnalla, kuin kilpailija. Lisäksi teillä saisi olla henkilökohtainen yhteyshenkilö.
- Ei ole koskaan ollut muuta pankkia, joten vaikea verrata mihinkään. Toistaiseksi olen ollut sen verran tyytyväinen, etten ole nähnyt aiheelliseksi edes kysyä tarjouksia muilta pankeilta. Tulee väistämättä vastaan sitten kun ottaa asuntolainaa. Silloin mennään siihen pankkiin, mistä sen saa halvimmalla (kaikki kulut huomioiden).
- Jopa täällä Helsingissä on sellaisen pikkukylän paikalliskonttorin tunnelma ja palvelu, positiivisessa mielessä.
- Yleensä palvelu on hyvää. Pari kertaa pankissa on tehty isoja virheitä ja kun niitä on yrittänyt korjata, on palvelu ollut todella työkeää. Melkein vaihdoin pankkia noiden tapausten vuoksi.
- Etelä-Pohjanmaalta Espooseen siirtymisen jälkeen minun olisi ollut helppoa vaihtaa pankkiani johonkin täällä toimivaan, mutta en halunnut tehdä niin. Oman pankkini tutut tädit ovat niin mukavia ja ystävällisiä että hoidan raha-asiani mieluiten heidän kanssaan.
- Harmittaa hieman, että täällä pääkaupunkiseudulla lähin konttori on Helsingissä. Vantaan konttorissa oli mukavampi ja helpompi käydä.

- Pankinjohtaja voisi olla asioistaan paremmin perillä.
- Iso kiitos
- Suupohjan Osuuspankki on aina ollut äärimmäisen joustava. Olen törmännyt muutama ongelmalliseen tilanteeseen koska en enää asu Suomessa mutta pankilta on aina löytynyt ratkaisu ja nopeaa!
- Maajussien pankki, kukaan muu ei saa lainaa kun maajussit.
- En käytä pankin palveluita juuri ollenkaan, koska pääpankkini on säästöpankki. Minulla on vain ollut tili pankissanne lapsesta asti, sukulaisten avaama.
- Verkkopankki takaisin maksuttomaksi jäsenille, samoin myös pankkikortti! Säästäkää muualla. S-Pankki on maksuton, eikä siellä tarvitse maksaa mitään OMAN rahan käytöstä!