

**DIGITAALISEN ASUNTOKAUPAN VAIKUTUS ASIAKASKOKEMUKSEEN
OSANA ASUNNONOSTAJAN POLKUA**



Ylempi ammattikorkeakoulututkinto
Teknologiaosaamisen johtamisen koulutusohjelma

Kevät 2023

Riina Kuisma

Teknologiaosaamisen johtamisen koulutusohjelma

Tiivistelmä

Tekijä Riina Kuisma

Vuosi 2023

Työn nimi Digitaalisen asuntokaupan vaikutus asiakaskokemukseen osana
asunnonostajan polkua

Ohjaaja Mika Tammilehto

Asunnonostajan polku käynnistyy siitä hetkestä, kun asiakas täyttää asuntolainahakemuksen pankin verkkosivuilla tai verkko- tai mobiilipankissa ja päättyy siihen, kun asuntokauppa toteutetaan ja hän pääsee muuttamaan uuteen omaan kotiin.

Tämän työn tavoitteena on arvioida, miten digitaalinen asuntokauppa vaikuttaa asiakaskokemukseen osana asunnonostajan polkua. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää ja arvioida asuntolaina-asiakkaan näkökulmia ja kokemuksia digitaalisesta asuntokaupprosessista niin asiakkaan itsensä kuin pankin rahoitusneuvojan näkemyksinä. Tutkimus rajattiin koskemaan asunto-osakkeen tai kiinteistön asuntokauppoja.

Työn teoriaosuudessa tarkastellaan asiakaskokemusta, Suomen asuntomarkkinatilannetta, digitaalisten kauppojen osuutta sekä digitaalisen asuntokaupan prosessia ja sen edellytyksiä. Tutkimusmenetelmänä on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, joka toteutettiin kahtena puolistrukturoituna kyselytutkimuksena. Toinen kysely oli asunnonostajille, jotka olivat tehneet digitaalisen asuntokaupan ja toinen kysely oli Pankki X:n rahoitusneuvojille. Työn toimeksiantaja on eräs Suomessa toimiva pankki. Asiakkaiden kyselyt toteutettiin yhteistyössä Muutos LKV -kiinteistönvälitysyrityksen kanssa.

Tutkimusten tulosten perusteella digitaalinen asuntokauppa koetaan helpoksi ja nopeaksi sekä ajasta ja paikasta riippumattomaksi tavaksi toteuttaa asuntokauppa. Varmistamalla asiakkaalle riittävän ohjeistuksen ja vahvistamalla asiakkaan tunnetta siitä, että hänen matkallaan ollaan tarpeen tullen auttamassa, voi asiakaskokemusta parantaa ja saavuttaa sitä kautta kilpailuetua.

Avainsanat Asiakaskokemus, Asiakaspolku, Digitaalinen asuntokauppa, DIAS,
Asuntokauppa

Sivut 79 sivua ja liitteitä 40 sivua

The homebuyer's customer journey starts from the moment the customer fills in a mortgage application on the bank's website, online- or mobile bank, and ends when the transaction is completed, and they can move into their new home.

The aim of this work is to assess the impact of digital housing transaction on the customer experience as part of the homebuyer's customer journey. The aim of the study is to explore and evaluate the mortgage customer's perspectives and experiences of the digital mortgage process, both from the customer's perspective and that of the bank's financial advisor. The study was limited to residential property or real estate transactions.

The theoretical part of the thesis examines the customer experience, the Finnish housing market situation, the share of digital transactions and the process and prerequisites of digital housing transactions. The research method is qualitative, i.e. research conducted in the form of two semi-structured surveys. One survey was for homebuyers who had made a digital home purchase and the other survey was for financial advisors of Bank X. The client of the study is a bank operating in Finland. The customer surveys were carried out in cooperation with the real estate brokerage company Muutos LKV.

Based on the results of the surveys, digital housing transactions are perceived as easy, fast and independent of time and place. Ensuring that customers are adequately guided and reinforcing their sense that they will be helped along the way when they need it can improve the customer experience and thus gain a competitive advantage.

Keywords Customer experience, Customer journey, Digital housing transaction, DIAS, Housing transaction

Pages 79 pages and appendices 40 pages

Sisällys

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | Johdanto | 1 |
| 1.1 | Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset | 2 |
| 1.2 | Tutkimuksen rajaus | 2 |
| 1.3 | Opinnäytetyön rakenne | 4 |
| 2 | Asiakaskokemus | 5 |
| 2.1 | Asiakaskokemuksen määritelmä..... | 5 |
| 2.2 | Asiakaskokemuksen muodostuminen | 8 |
| 2.3 | Digitaalinen asiakaskokemus | 12 |
| 2.4 | Asiakaskokemuksen mittaaminen | 13 |
| 3 | Asuntomarkkinat Suomessa | 18 |
| 3.1 | Asuntomarkkinatilanne..... | 19 |
| 3.2 | Digitaalisten asuntokauppojen osuus ja kehitys..... | 22 |
| 4 | Digitaalinen asuntokauppa..... | 23 |
| 4.1 | Digitaalinen asuntokauppa DIAS..... | 24 |
| 4.1.1 | DIAS kaupankäyntipalvelu..... | 24 |
| 4.1.2 | DIASin Asiointipalvelu | 26 |
| 4.1.3 | Edellytykset ja esteet DIAS-kaupalle | 29 |
| 4.2 | DIAS-kaupan eteneminen | 30 |
| 4.2.1 | Asunto-osakkeen DIAS-kauppa | 30 |
| 4.2.2 | Sähköistyvän osakekirjan kauppa | 34 |
| 4.2.3 | Kiinteistön DIAS-kauppa..... | 34 |
| 4.2.4 | Vuokraoikeuden DIAS-kauppa | 35 |
| 5 | Tutkimuksen toteutus | 35 |
| 5.1 | Tutkimustapojen esittely ja tutkimusstrategian perustelu..... | 35 |
| 5.2 | Opinnäytetyön toimeksiantajan esittely (Pankki X)..... | 37 |
| 5.3 | Yhteistyökumppanin esittely (Muutos LKV esittely)..... | 38 |
| 6 | Tutkimustulokset..... | 39 |
| 6.1 | Digitaalisia kauppia hoitavan ”Back-office -henkilön” haastattelu | 39 |
| 6.2 | Digitaalisen asuntokaupan käyttäjäkokemus | 39 |
| 6.2.1 | Taustakysymykset asiakkaat | 40 |

| | | |
|--------|---|----|
| 6.2.2 | Taustakysymykset rahoitusneuvojat..... | 41 |
| 6.2.3 | Asuntokauppatavan valintaan vaikuttavat syyt..... | 43 |
| 6.2.4 | Saavutettavuus..... | 45 |
| 6.2.5 | Prosessin sujuvuus | 49 |
| 6.2.6 | Nopeus | 54 |
| 6.2.7 | Asiainnin miellyttävyys..... | 57 |
| 6.2.8 | Henkilökohtaisuus | 60 |
| 6.2.9 | Asiakaskokemuksen johtaminen..... | 65 |
| 6.2.10 | Suositteluhaluus (NPS) | 66 |
| 7 | Johtopäätökset ja pohdinta..... | 68 |
| 7.1 | Kehitysehdotukset | 69 |
| 7.2 | Luotettavuuden pohdinta | 70 |
| | Lähteet..... | 72 |

Kuvat, taulukot ja kaavat

| | | |
|---------|--|----|
| Kuva 1. | Asunnonostajan polku. | 3 |
| Kuva 2. | Opinnäytetyön rakenne..... | 5 |
| Kuva 3. | Odotukset ylittävän asiakaskokemuksen elementit..... | 9 |
| Kuva 4. | Kosketuspisteiden ympyrämalli | 11 |
| Kuva 5. | Hyvän asiakaskokemuksen nelikenttä | 12 |
| Kuva 6. | Digitaalinen asiakaskokemus palveluprosessin eri vaiheissa | 13 |
| Kuva 7. | Net Promoter Score | 14 |
| Kuva 8. | Customer Effort Score 2.0..... | 15 |

| | |
|--|----|
| Kuva 9. CSAT/CSI laskukaava | 16 |
| Kuva 10. Kokonaistyytyväisyys asiakkaan matkalla | 17 |
| Kuva 11. Suomen kuukausittaiset kauppamäärät ajalta 1/2019–4/2023..... | 21 |
| Kuva 12. DIAS-kaupan tunnistautumisen mahdollistavat pankkitunnukset ja mobiilivarmenne | 25 |
| Kuva 13. Esimerkkikuva 1. DIASin asiointipalvelu | 27 |
| Kuva 14. Esimerkkikuva 2. DIASin asiointipalvelu | 28 |
| Kuva 15. Esimerkkikuva 3 DIASin asiointipalvelu kaupan jälkeen..... | 29 |
| Kuva 16. Allekirjoituspalvelun etusivu..... | 32 |
| Kuva 17. Esimerkkikuva allekirjoituspalvelun ostajan näkymä asunto-osakekaupassa...33 | |
| Kuva 18. Rahoitusneuvojen ikäjakauma ja työkokemus | 42 |
| Kuva 19. Digitaalisen asuntokaupan valintaan vaikuttavat syyt. | 44 |
| Kuva 20. Sähköisen asioinnin mahdollisuuden tärkeys..... | 46 |
| Kuva 21. Palvelualustan helppo löydettävyys. | 47 |
| Kuva 22. Mahdollisuus käyttää palvelua 24/7..... | 48 |
| Kuva 23. Mahdollisuus palvelun käyttöön paikasta riippumatta..... | 49 |
| Kuva 24. Digitaalisen asuntokauppaprosessin sujuvuus. | 50 |
| Kuva 25. Digitaalisen asuntokauppaprosessin etenemisen selkeys..... | 51 |
| Kuva 26. Tyytyväisyys saatuun ohjeistukseen digitaaliseen asuntokauppaan liittyen. ..52 | |

| | |
|---|----|
| Kuva 27. Ohjeistus digitaaliseen asuntokauppaan liittyen..... | 53 |
| Kuva 28. Asuntokaupan tavoiteaikataulun toteutuminen. | 55 |
| Kuva 29. Yleisimmät syyt kauppaprosessin viivästymiseen. | 56 |
| Kuva 30. DIAS-palvelun käytettävyys (1). | 57 |
| Kuva 31. DIAS-palvelun käytettävyys (2). | 58 |
| Kuva 32. Digitaalisen asuntokaupan palvelualustojen käytön vaivattomuus. | 59 |
| Kuva 33. Rahoitusneuvojien saama palaute digitaalisesta asuntokaupasta..... | 60 |
| Kuva 34. Rahoitusneuvojien yhteydenottoaktiivisuus asuntokaupan jälkeen. | 62 |
| Kuva 35. Asuntokaupan jälkeisen yhteydenoton tärkeys. | 63 |
| Kuva 36. Asiakaskokemukseen vaikuttavat seikat. | 65 |
| Kuva 37. Rahoitusneuvojien tyytyväisyys perehdytykseen ja tukeen..... | 66 |
| Kuva 38. Digitaalisen asuntokaupan suosittelemuus (NPS). | 67 |

Liitteet

- Liite 1. Digitaalisen asuntokaupan käyttäjäkokemus -kysely asiakkaille
- Liite 2. Digitaalisen asuntokaupan käyttäjäkokemus -kysely rahoitusneuvojille

1 Johdanto

Pankkimaailma on digitalisoitunut vauhdilla. Muun muassa tiukentunut regulaatio ja asiakaskäyttäytymisen muutos on pakottanut pankkeja miettimään uusia tapoja toimia ja siihen yhtenä ratkaisuna on ollut digitalisaatio. Digitalisaatio on tehostanut pankin toimintaa ja tuonut asiakkaille mahdollisuuden hoitaa pankkiasioita ajasta ja paikasta riippumatta sähköisiä asiointikanavia pitkin.

Asuntolainaprosessi asuntolainan hakemisesta asuntokauppaan asti on tänä päivänä mahdollista toteuttaa useimmissa pankeissa digitaalisesti sähköisiä asiointikanavia hyödyntäen. Asuntolainahakemuksen täyttäminen onnistuu sähköisesti, lainaneuvottelu hoituu verkko- tai puhelintapaamisena ja luottoasiakirjat lainan nostamisineen voi allekirjoittaa sähköisesti. Myös itse asuntokaupat voi toteuttaa digitaalisesti muun muassa DIAS-palvelun ja Maanmittauslaitoksen kiinteistövaihdannan -palvelun kautta.

Vuonna 2020 alkanut koronapandemian aiheuttama poikkeustilanne vaikutti osaltaan lisäten merkittävästi sähköisten palvelujen käyttöä asuntolainaprosessissa ja asuntokaupoissa. Fyysiset tapaamiset pyrittiin minimoimaan ja hyödynnettiin mahdollisuuksien mukaan digitaalisia etäpalveluja.

Työssä haluan perehtyä sekä pankin työntekijän että asiakkaan näkemykseen siitä, miten digitaalinen asuntokauppa asuntokauppaprosessissa auttaa asiakasta, millaista hyötyä se tuo asiakkaalle ja millaisen asiakaskokemuksen sen käyttäminen asiakkaalle luo. Haluan löytää kehitysehdotuksia, joilla prosessit ja palvelut saadaan entistä enemmän käyttäjäystävällisemmiksi ja tuottamaan lisäarvoa sekä pankille, pankin työntekijälle sekä asiakkaalle. Minkälaista neuvontaa tai ohjeistusta asiakas prosessissa kaipaa pankin työntekijältä? Millaiset asiat ovat asiakkaalle tärkeitä, jotka pankin työntekijän tulisi ottaa huomioon? Millaiset asiat luovat hänelle hyvän asiakaskokemuksen? Minkälaiset syyt ja seikat ovat vaikuttaneet siihen, että asiakas – asunto-osakkeen tai kiinteistön ostaja – on valinnut tavakseen hoitaa asiat digitaalisesti tai päättänyt olla valitsematta. Vai onko syytä jokin asiakkaasta riippumaton syy?

1.1 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Työn tavoitteena on arvioida asiakkaan kokemuksia digitaalisesta asuntokauppaprosessista asiakaskokemuksen näkökulmasta eli sitä, miten asuntokauppa (asunto-osake tai kiinteistö) digitaalisesti tehtynä vaikuttaa asiakaskokemukseen osana asunnonostajan polkua.

Tutkimuksessa on tarkoitus selvittää ja arvioida asuntolaina-asiakkaan näkökulmia ja kokemuksia digitaalisesta asuntokauppaprosessista niin asiakkaan itsensä kuin pankin toimihenkilökunnan näkemyksinä.

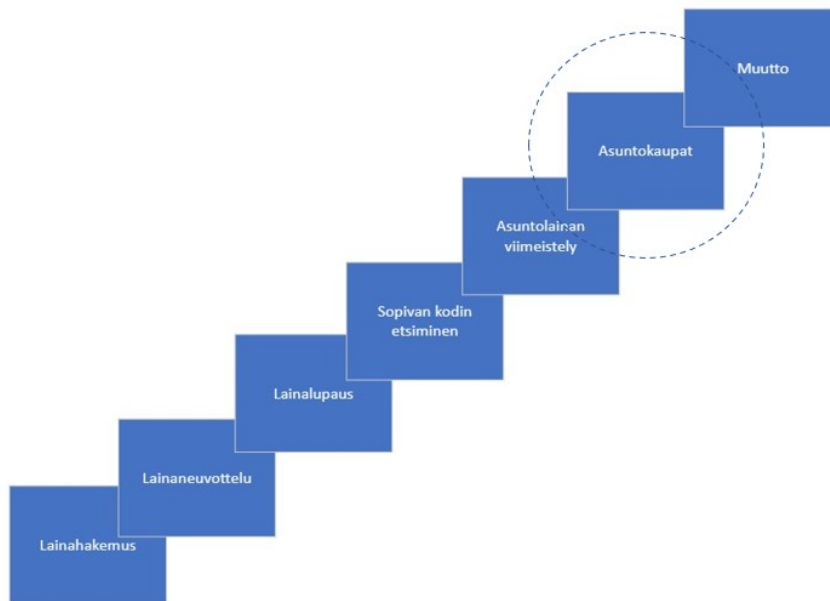
Tutkimuskysymys muodostuu pääkysymyksestä ja kahdesta alakysymyksestä:

- Millaista hyötyä digitaalinen asuntokauppaprosessi tuo asiakkaalle?
 - a. Minkälainen kokemus asiakkaalla on digitaalisen asuntokauppaprosessin hyödyntämisestä?
 - b. Miten palveluita tai asiakkaan saatavilla olevia ohjeita ja opastusta tulisi kehittää, jotta digitaalisten palveluiden käyttö olisi entistä helpompaa?

1.2 Tutkimuksen rajaus

Tutkimus koskee asuntokauppaprosessia luottoasiakirjojen allekirjoittamisen jälkeen asuntokauppaan asti. Tutkimuksessa rajataan pois itse asuntolainaneuvottelu ja luottoasiakirjojen allekirjoittaminen sekä kauppojen jälkeinen aika kohti muuttoa. Kuvassa 1 on kuvattuna asunnonostajan polku aina lainahakemuksen täyttämisestä muuttoon asti, joka havainnollistaa, missä vaiheessa polkua asuntokauppa toteutetaan.

Kuva 1. Asunnonostajan polku (Opinnäytetyöntekijän oma kuvio).



Digitaalisen asuntokaupan osalta tutkimus rajataan koskemaan asuntokauppaa, joka toteutetaan DIAS-palvelualustan kautta. Asuntokaupassa käsitellään sekä digitaalinen asunto-osakekauppa että digitaalinen kiinteistökauppa DIAS-palvelualustaa hyödyntäen. Kiinteistökaupassa DIAS-palvelualustan lisäksi hyödynnetään Maanmittauslaitoksen Kiinteistövaihdannan palvelua (KVP) osana DIAS-prosessia.

Työssä digitaalinen asuntokauppa on yleisnimitys asuntokaupalle ja ostettava kohde voi olla joko asunto-osake tai kiinteistö. Työssä mainitaan erikseen, kun kyseessä on digitaalinen asunto-osakekauppa tai digitaalinen kiinteistökauppa. Asunto-osakekaupassa ostettava kohde on useimmiten kerrostalo- tai rivitaloasunto. Kiinteistökaupassa ostettava kohde on useimmiten omakotitalo tai vapaa-ajan asunto.

1.3 Opinnäytetyön rakenne

Työn teoriaosuus koostuu kolmesta kappaleesta:

- Ensimmäisessä kappaleessa käsitellään asiakaskokemusta ja siihen vaikuttavia tekijöitä. Pankkien tavoitteena on luoda erinomaisia asiakaskokemuksia. Palveluita kehittäessä pyritään tehokkuuden ja taloudellisuuden lisäksi luomaan ensisijaisesti lisäarvoa asiakkaalle. Tämä osio esittelee teoriaa asiakaskokemukseen vaikuttavista tekijöistä.
- Toisessa kappaleessa esitellään Suomen asuntomarkkinatilannetta tutkimushetken tiedoin sisältäen muun muassa tietoa digitaalisten kauppojen osuudesta.
- Kolmannessa kappaleessa esitellään digitaalisen asuntokaupan mahdollistavia palvelualueita ja niiden prosessit asuntokauppatilanteessa. Tämä osio toimii teoriana tutkimuksessa käsiteltäviin eri prosesseihin, jotta lukija ymmärtää, mistä on kyse.

Teoriaosuuden jälkeen siirrytään työn empiiriseen osuuteen. Empiirinen osuus koostuu samaan tapaan kolmesta kappaleesta:

- Ensimmäisessä kappaleessa esitellään tutkimuksen toteutus. Tämä osio sisältää tutkimustapojen esittelyn ja perustelut niiden valinnalle. Tässä osiossa esitellään myös opinnäytetyön toimeksiantaja ja yhteistyökumppani.
- Toisessa kappaleessa käydään läpi tutkimustulokset valitun teorian pohjalta esitettynä.
- Kolmas kappale sisältää johtopäätökset, pohdintaa ja kehitysehdotuksia.

Opinnäytetyön rakenne on havainnollistettu kuvassa 2.

Kuva 2. Opinnäytetyön rakenne.



2 Asiakaskokemus

Tässä opinnäytetyössä on tavoitteena arvioida asiakkaan kokemuksia digitaalisesta asuntokaupprosessista asiakaskokemuksen näkökulmasta eli arvioida sitä, miten asuntokauppa digitaalisesti tehtynä vaikuttaa asiakaskokemukseen osana asunnonostajan polkua ja löytää mahdollisia kehityskohteita ja -ideoita paremman asiakaskokemuksen mahdollistamiseksi. Tässä kappaleessa perehdytään tarkemmin siihen, mitä asiakaskokemus on, mistä se muodostuu, mitä on digitaalinen asiakaskokemus ja miten asiakaskokemusta voidaan mitata ja arvioida.

2.1 Asiakaskokemuksen määritelmä

Erottuminen markkinoilla on tänä päivänä entistä vaikeampaa, kun tuotteet, hinta, laatu, palvelut ja kanavat ovat monella toimialalla lähes samanlaisia. Tästä esimerkkinä ovat muun

muassa rahoitusala ja tietoliikennepalvelut. Voi olla, että ainutlaatuinen ja mieleenpainuva asiakaskokemus on ainoa tapa erottua kilpailijoista ja pärjätä kiristyvässä markkinassa. Tämän hetken digitaalisessa maailmassa, asiakkaalla on vaihtoehtoja tarjolla verkon täydeltä. Asiakas tekee valintansa mielikuvien, aiempien kokemustensa ja muilta kuulemiensa tarinoiden perusteella. (Ahvenainen ym., 2017, ss. 9, 23)

Suomessa asiakaskokemus terminä on vielä suhteellisen uusi, englanninkielinen termi **customer experience** yleistyi Yhdysvalloissa ja Euroopassa 2000-luvun alussa liike-elämän kielessä (Löytänä & Korteso, 2011, s. 11). Ahvenaisen ym. (2017, ss. 9–10) mukaan asiakaskokemus on ”se mielikuva ja tunne, joka asiakkaalle muodostuu kaikista kohtaamisista yrityksesi edustajien, kanavien ja palveluiden kanssa”. Se, miten asiakas kohdataan, miten häntä kohdellaan eri kanavissa, kuinka luotettavasti yrityksen palvelut toimivat ja millaisia tunteita palveluiden käyttö hänessä herättää koko palvelupolun aikana, vaikuttaa asiakaskokemukseen. Myös yrityksen brändi ja asiakkaan kokema tunneside yritystä kohtaan vaikuttavat asiakaskokemukseen. Asiakkaat arvioivat onnistumisia kolmesta eri näkökulmasta eri kohtaamispisteissä palvelupolulla kulkiessaan: saavutettiinkö kohtaamispisteessä asetetut tavoitteet, päästiinkö tavoitteeseen helposti ja herättikö kohtaaminen millaisia tunteita.

Löytänä ja Korteso (2011, s. 11) määrittelevät asiakaskokemus-termin seuraavasti: ”Asiakaskokemus on niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa”. Korhikosken (2019, ss. 19–20) mukaan asiakaskokemus on ”asiakkaan yrityksestä muodostama käsitys, joka on syntynyt kohtaamisissa eri kosketuspisteissä, yrityksen herättämien tunteiden sekä asiakkaan uusien ja vanhojen mielikuvien perusteella”. Saarijärvi ja Puustinen (2020, s. 36) määrittelevät asiakaskokemuksen ”asiakaspolun eri kosketuspisteissä rakentuvaksi, subjektiivisesti määrittyväksi kognitiiviseksi, emotionaaliseksi, sosiaaliseksi ja sensoriseksi kokemukseksi”.

Kuten kaikista yllä olevista määritelmistä on huomattavissa, asiakaskokemus on rationaalisen päätöksen sijaan kokemus, johon vaikuttavat myös tunteet ja alitajuisesti tehdyt tulkinnat. Tästä syystä yritys ei voi täysin vaikuttaa siihen, millainen asiakaskokemus asiakkaalle

muodostuu, mutta se voi vaikuttaa siihen, millaisia kokemuksia se pyrkii luomaan. (Löytänä & Korteso, 2011, s. 11)

Ymmärrys asiakaskokemus-käsitteestä ja sen ominaispiirteistä antaa edellytykset asiakaskokemuksen johtamiselle ja kehittämiseksi ja sille, että sitä voidaan käyttää konkreettisenä johtamisen välineenä. On siis tärkeää, että se on oikein ymmärretty ja käytetty. (Saarijärvi & Puustinen, 2020, s. 36). Saarijärven ja Puustisen (2020, s. 36) mukaan tutkimuskirjallisuudessa korostuu selkeästi tiettyjä ominaispiirteitä, joista vaikuttaa olevan laaja-alainen yhteisymmärrys tutkijoiden keskuudessa. Nämä asiakaskokemukseen yhdistetyt ominaispiirteet ovat:

Ajallinen luonne. Asiakaskokemus muodostuu ajan kuluessa, asiakkaan ja yrityksen välisen asiointin edetessä. Se toteutuu niin ikään yksittäisen asiakaskokemuksen kuin asiakassuhteen tasolla, joka taas koostuu useista erilaisista asiakaskokemusten ketjuista. Kyse ei ole siis vain yhden tietyn tuotteen ostamisesta tai palvelun käyttämisestä vaan koko asiakaspolun aikana muodostuvista tunteista ja kokemuksista eli aina ostamiseen liittyvästä ajatuksesta, ostamiseen ja ostamisen jälkeiseen vaiheeseen liittyviin tunteisiin ja kokemuksiin. (Saarijärvi & Puustinen, 2020, ss. 36, 47; Ahvenainen ym., 2017, s. 10)

Kosketuspisteiden merkitys. Asiakaskokemukseen vaikuttavat kaikki erilaiset asiakkaan subjektiivisesti kokemat asiakkaan ja yrityksen väliset vuorovaikutustilanteet eli kosketuspisteet asiakaspolun eri vaiheissa. Kosketuspisteillä tarkoitetaan kaikkia asiakkaan ja yrityksen suoria ja epäsuoria vuorovaikutustilanteita. Ne voivat olla vuorovaikutteisia kohtaamisia yrityksen kanssa esimerkiksi puhelimesta tai tapaamisessa. Toisaalta ne voivat olla passiivisia kohtaamisia esimerkiksi niin, että asiakas näkee yrityksen mainoksen, vierailee yrityksen nettisivuilla tai ystävä suosittelee hänelle yrityksen palveluita. Kosketuspisteitä voivat olla yrityksen omat kosketuspisteet, kumppanien toteuttamat kosketuspisteet, asiakkaan omat kosketuspisteet sekä sosiaaliset ja ulkoiset kosketuspisteet. (Saarijärvi & Puustinen, 2020, ss. 36, 47–48; Löytänä & Korteso, 2011, s. 74).

Moniulotteisuus. Asiakaskokemus on kognitiivinen, emotionaalinen, sosiaalinen ja sensorinen kokemus. Asiakaskokemus ei ole siis pelkästään sitä, että asiakas saa sen mitä

tarvitsee, vaan asiakaskokemukseen vaikuttaa myös se, että millaisia tunteita hän kokee, mitä hän näkee, kuulee ja haistaa asiakaspulun aikana. Kognitiivisella asiakaskokemuksella tarkoitetaan sitä, kuinka hyvin asiakkaan asettama odotusarvo tuotteelle tai palvelulle toteutuu. Emotionaalisella asiakaskokemuksella tarkoitetaan niitä hyviä ja huonoja tunteita, joita asiakas kokee yrityksen kanssa asioidessaan. Sosiaalisella asiakaskokemuksella tarkoitetaan niin toisten asiakkaiden kuin yrityksen henkilökunnan vaikutusta asiakaskokemukseen. Esimerkiksi asiakas voi arvioida yrityksen tuotteita tai palveluita sen pohjalta, millaisia toiset yrityksen asiakkaat ovat. Sensoriseen asiakaskokemukseen vaikuttaa niin tuotteen tai palvelun osto- ja kulutusympäristö kuin se, millaisen aistikokemuksen tuote tai palvelu muodostaa. Se, mitä asiakas näkee, kuulee, haistaa ja maistaa esimerkiksi ravintolassa. (Saarijärvi & Puustinen, 2020, ss. 36, 50–51).

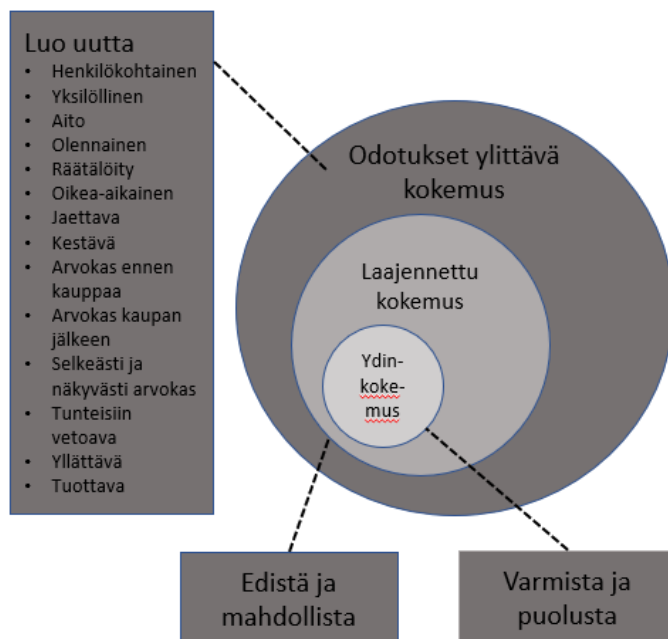
2.2 Asiakaskokemuksen muodostuminen

Kokonaisvaltainen asiakaskokemus syntyy siitä tunteesta ja mielikuvista, mikä asiakkaalle yrityksestä, palvelusta ja tuotteesta herää (Ahvenainen ym., 2017, s. 11). Sitä vahvempi asiakaskokemus syntyy, mitä vahvempia tunteita, kohtaamisia ja mielikuvia asiakkaalle muodostuu. Paras asiakaskokemus tukee asiakkaan minäkuvaa, yllättää ja luo elämyksiä, jättää muistijäljen ja saa asiakkaan haluamaan lisää. (Löytänä & Korteso, 2011, ss. 43–49)

Asiakaskokemus muodostuu asiakkaan asettaman odotusarvon ja toteuman suhteena eli sen mukaan, kuinka asiakkaan asettama odotusarvo toteutuu. Heikko asiakaskokemus syntyy, kun asiakas kokee pettyneensä suhteessa asettamaansa odotusarvoon. Silloin asiakkaan reaktio kokemaansa on ”Ei”. Keskinkertainen asiakaskokemus syntyy, kun asiakkaan odotukset toteutuvat ja reaktiona on ”Kyllä”. Erinomaisessa asiakaskokemuksessa asiakkaan odotusarvot ylitetään ja asiakkaalle muodostuu ”Vau”-tunnetila. Tavoitteena on luoda elämyksiä ja herättää ”Vau”-reaktioita, joiden avulla on mahdollista luoda pysyvää kilpailuetua. Joskus erinomaisen asiakaskokemuksen muodostumiseen riittää pizzalaatikon kanteen kirjoitettu henkilökohtainen tervehdys, joskus siihen tarvitaan hienointa ja uusinta teknologiaa, kuten virtuaalitodellisuutta tai botteja, ja joskus se vaatii yhdistelmän onnistuneita tapahtumia, kuten tehokkaita työkaluja, oikeita kanavia ja inhimillisiä ihmisten välisiä kohtaamisia. (Ahvenainen ym., 2017, ss. 11–12, 23)

Löytänä ja Kortesus (2011, ss. 59–74) kirjoittavat, että asiakaskokemuksessa on kyse odotusten ylittämisestä. Odotukset ylittävä kokemus muodostuu kolmesta tasosta: ydinkokemuksesta, laajennetusta kokemuksesta ja odotukset ylittävästä kokemuksesta (kuva 3). Ydinkokemus on perusta, se hyöty tai arvo, jonka vuoksi asiakas ostaa tuotteen tai palvelun. Sen tarkoituksena on toteuttaa yrityksen perustehtävää. Asiakaskokemuksen johtamisen tehtävä on varmistaa, että ydinkokemus on kaikissa olosuhteissa asiakkaan saatavilla. Odotukset ylittävästä kokemuksesta ei pystytä tarjoamaan, ellei ydinkokemus ole kunnossa. Laajennettu kokemus tuo tuotteeseen tai palveluun jonkin lisäarvon ydinkokemuksen lisäksi. Laajennettu kokemus syntyy edistämisestä ja mahdollistamisesta. Edistämällä tarkoitetaan sitä, että ydinkokemukseen tuodaan sellaisia elementtejä, jotka laajentavat ydinkokemusta ja tuovat asiakkaalle lisäarvoa. Odotukset ylittävä kokemus on mahdollista saavuttaa ydinkokemuksen laajentumisen jälkeen lisäämällä kokemukseen odotukset ylittäviä elementtejä. Näitä elementtejä ovat esimerkiksi henkilökohtaisuus, yksilöllisyys, aitous ja oikea-aikaisuus.

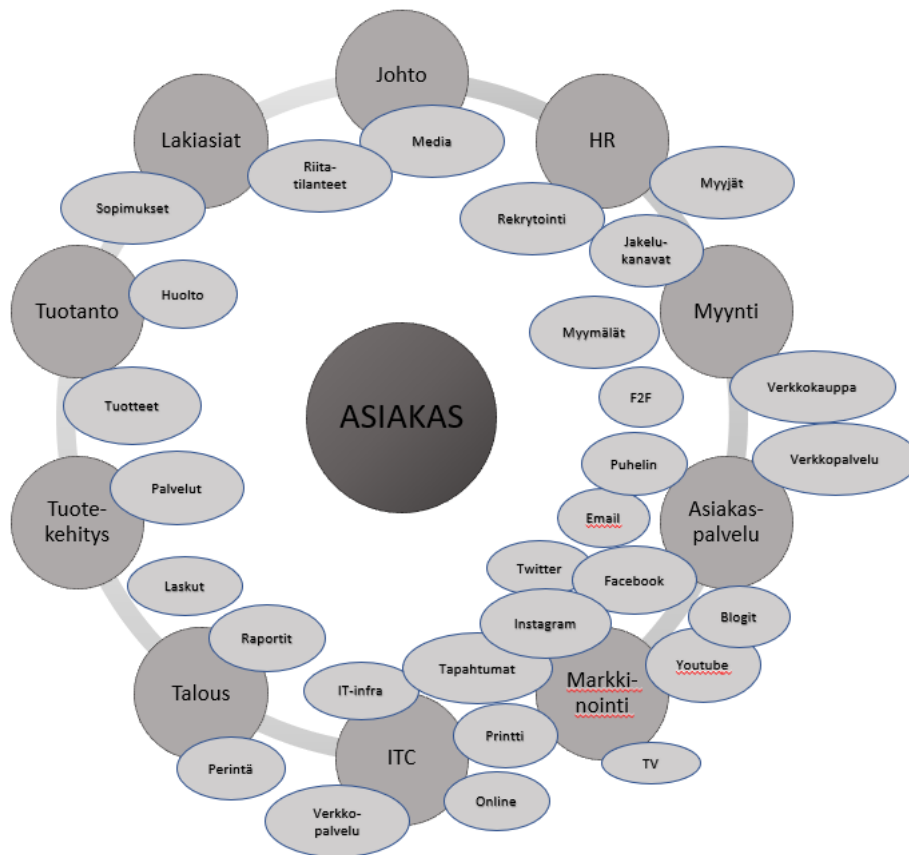
Kuva 3. Odotukset ylittävän asiakaskokemuksen elementit (Löytänä & Kortesus, 2011, s. 60).



Esimerkiksi asuntolaina-asiakkaalle ydinkokemusta edustaa se, että hänelle pystytään tarjoamaan asuntolainaa uuden kodin ostamiseksi. Kun tämä on mahdollistettu, voidaan asiakkaan kokemusta laajentaa tarjoamalla lainaan mahdollisuutta maksuttomille lyhennysvapaille. Odotukset ylittävän kokemuksen luomiseksi asiakkaalle ehdotetaan säästämisen ja turvaamisen vaihtoehtoja asiakkaan tapaamisessa kertomien asioiden pohjalta asiakkaan yksilöllinen tilanne huomioiden ja vinkataan vielä vakuutusyhtiöön uuden kodin kotivakuutuksen tekemiseksi.

Asiakaskokemusajattelun ydin on se, että asiakas asetetaan yrityksen toiminnan keskiöön. Asiakaskokemuksen muodostumiseen vaikuttavat kaikki yrityksen toiminnot, joten jokaiselle eri toiminnolle tulisi löytää sellaiset toimintatavat, jotka tukevat asiakaskokemuksen muodostumista. (Löytänä & Korteso, 2011, ss. 24–26) Kuten jo aiemmin on todettu, asiakaskokemus muodostuu erilaisten kohtaamisten ja niissä syntyneiden mielikuvien ja tunteiden summana niissä kohtaamisissa, joissa asiakas on tekemissä yrityksen eri toimintojen kanssa. Kuvassa 4 on esitetty kosketuspisteiden ympyrämalli, joka havainnollistaa hyvin niitä kosketuspisteitä eli niitä kohtaamisia, joissa asiakas ja yritys kohtaavat (Löytänä & Korteso, 2011, ss. 74–75, 113).

Kuva 4. Kosketuspisteiden ympyrämalli (Löytänä & Korteso, 2011, s. 75)

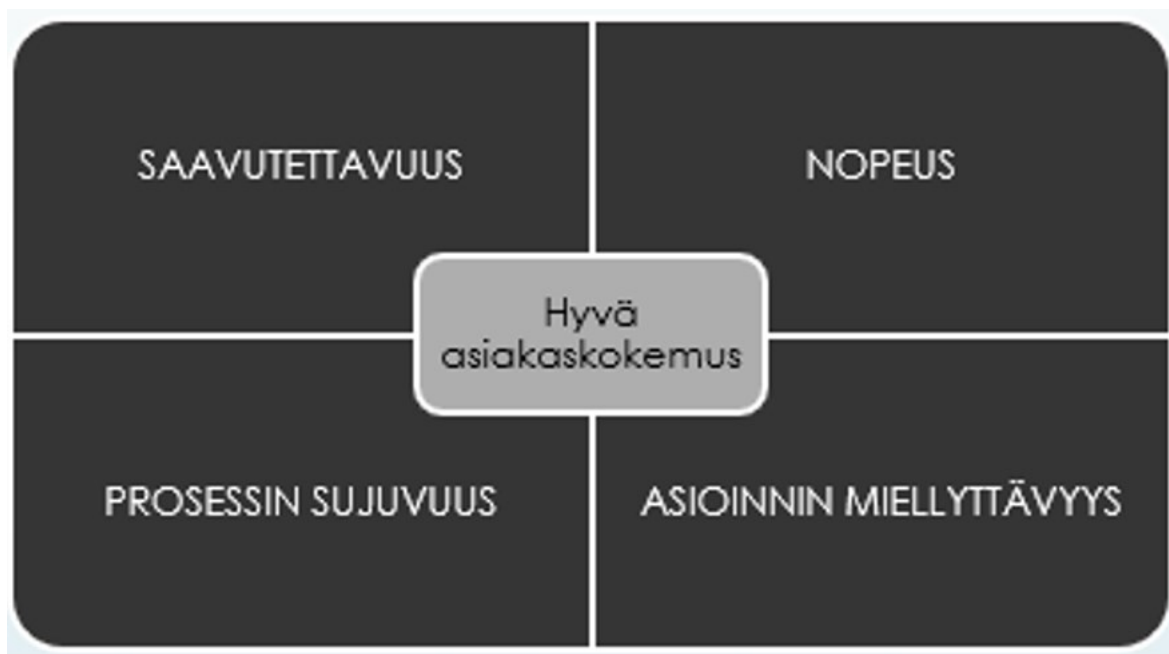


Peräkkäisistä kohtaamisista voidaan muodostaa asiakkaan kosketuspistepolkuja (customer journeys), joissa asiakas asiakasmatkallaan kulkee ja niitä tarkastelemalla voidaan yrityksen toimintaa kehittää ja vaikuttaa siten asiakaskokemukseen. Eri kohtaamispaikoilla on erilainen vaikutus ja painoarvo asiakaskokemukseen, ratkaisevaa on niiden kaikkien kohtaamisten summa asiakkaan ja yrityksen yhteisellä matkalla. (Löytänä & Korteso, 2011, ss. 113–115; Ahvenainen ym., 2017, ss. 63, 68–69)

Hyvän asiakaskokemuksen muodostumiseen vaikuttaa korostetusti asioinnin helppous (Korkiakoski & Gerdt, 2016, s. 229; Ahvenainen ym., 2017, s. 27). Keskeisiä tekijöitä helppouden kokemuksen syntymisessä ovat saavutettavuus, nopeus, prosessin sujuvuus ja asioinnin miellyttävyys. Nämä muodostavat hyvän asiakaskokemuksen nelikentän (Kuva 5). Saavutettavuus tarkoittaa aukioloaikoja ja niiden laajuutta, saatavuutta ja palvelun tavoitettavuutta eli sitä, kuinka helposti palvelu on löydettävissä. Nopeudella tarkoitetaan yrityksen kykyä vastata asiakkaan kysymyksiin ja tarpeisiin eli reagoitokykyä. Toisaalta se on

myös sitä, että yritys voi antaa palvelulupauksen aikataulustaan ja pysyä siinä. Asiakas voi luottaa, että asia on hoidossa. Prosessin sujuvuus on sitä, että asiakkaan tarve toteutetaan ja varmistetaan, että prosessi on sujuvaa niin ennen osto- tai palvelutapahtumaa kuin sen jälkeenkin. Yrityksen tehokkaat sisäiset prosessit ja sujuva sisäinen viestintä mahdollistavat asiakkaan matkan seurannan suoraviivaisesti ja läpinäkyvästi, jotta asiakas ei niin sanotusti oman onnensa nojaan. Asioinnin miellyttävyydellä tarkoitetaan asiakkaalle annetun palvelulupauksen täyttämistä tai mieluusti ylittämistä. Tämä kertoo, ovatko asiakkaat saamaansa palveluun tyytyväisiä. (Korkiakoski & Gerdt, 2016, ss. 229–234)

Kuva 5. Hyvän asiakaskokemuksen nelikenttä (Korkiakoski & Gerdt, 2016, s. 229).



Asiakaskokemus luo yritykselle kilpailuetua ja uusia liiketoimintamahdollisuuksia sekä digitalisaation myötä uusia mahdollisuuksia erinomaisten asiakaskokemusten luomiseen. (Ahvenainen, 2017, s. 20)

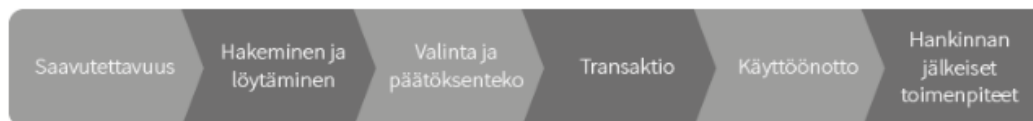
2.3 Digitaalinen asiakaskokemus

Yhtenä työkaluna aiemmin mainittujen "Vau"-reaktioiden synnyttämiseen on digitalisaatio. Nykyajan digitaalisessa maailmassa ensimmäinen yhteydenotto tai kiinnostuksen kohteeseen tutustuminen tapahtuu useimmiten digitaalisessa ympäristössä. Sen vuoksi

onkin tärkeää, että yritys varmistaa mukana olonsa asiakkaan eri ostoprosessin vaiheissa ja tarjoaa asiakkaille juuri siihen ostoprosessin vaiheeseen soveltuvaa ja kiinnostavaa sisältöä. Yritys ei voi tietää, missä ostoprosessin vaiheessa asiakkaan ensimmäinen kontakti tapahtuu. Yritys voi kuitenkin määrittää sen, miten se kohtaa asiakkaat eri kanavissa. (Ahvenainen yms, 2017, s. 11, 36–38). Digitaalinen palvelu on osa monikanavaista palvelua ja sen merkitys on suuri (Filenius, 2015, 59).

Asiakaskokemusta voidaan arvioida myös digitaalisen asiakaskokemuksen näkökulmasta, jossa asiakaskokemus jäsenetään palveluprosessin eri vaiheiden kautta kuvan 6 mukaisesti. (Filenius, 2015, s. 59)

Kuva 6. Digitaalinen asiakaskokemus palveluprosessin eri vaiheissa (Filenius, 2015, s. 59).



- **Saavutettavuus:** Onko pääsy palveluun mahdollista kaikissa mahdollisissa tilanteissa ja olosuhteissa?
- **Hakeminen ja löytäminen:** Kuinka löydän kyseisen yrityksen ja palvelun?
- **Valinta ja päätöksenteko:** Kuinka valitsen oikean tuotteen ja palvelun muiden vaihtoehtojen joukosta?
- **Transaktio:** Kuinka suoritan ostoksen, tilauksen, vahvistuksen tai muun haluamani toiminnon?
- **Käyttöönotto:** Kuinka saan palvelun käyttööni ostotapahtuman jälkeen?
- **Hankinnan jälkeiset toimenpiteet:** Kuinka tuotteen tai palvelun käyttöä tuetaan ja asiakkuutta hoidetaan?

2.4 Asiakaskokemuksen mittaaminen

Tässä kappaleessa esitellään lyhyesti eri mittareita, joilla asiakaskokemusta voidaan mitata.

Net Promoter Score (NPS) on mittari, jolla mitataan suositteluhalukkuutta eli sitä, kuinka todennäköisesti asiakas on valmis suosittelemaan yritystä tai sen tuotetta tai palvelua tuttavilleen, ystävilleen tai kollegoilleen. NPS perustuu vain yhteen kysymykseen, joka yleisimmin esitetään muodossa: **Kuinka todennäköisesti suosittelisit yritystämme ystävillesi tai kollegoillesi?** Vastaus annetaan asteikolla 0–10, jossa vaihtoehto 0 tarkoittaa erittäin epätodennäköistä suositteluhalukkuutta ja vaihtoehto 10 erittäin todennäköisestä suositteluhalukkuutta. Vastajat jaetaan kolmeen luokkaan antamansa vastauksen perusteella: vastaajat, jotka antavat numeron 9-10 ovat suosittelijoita (promoters), numeron 7-8 antavat ovat neutraaleja (passives) ja numeron 0-6 antavat ovat arvostelijoita (detractors) (Kuva 7). Net Promoter Score eli nettosuosittelevuus lasketaan vähentämällä arvostelijoiden prosenttiosuus suosittelijoiden prosenttiosuudesta. Neutraaleja ei huomioida. NPS on asiakkaille helppo ja yksinkertainen vastata sekä yrityksille helppo, edullinen ja konkreettinen tapa suosittelun mittaamiseen. Sen avulla yritys voi myös verrata tuloksiaan muiden yritysten tuloksiin. NPS-luvuissa voi olla suuriakin vaihteluita toimialakohtaisesti, joten vertailtaessa kannattaa perehtyä oman alan NPS-tasoihin. (Ahvenainen ym., 2017, ss. 24–25; Löytänä & Korteso, 2011, ss. 202–204; Korhikoski & Gerdt, 2016, ss. 166–168; Saarijärvi & Puustinen, 2020, ss. 147–148)

Kuva 7. Net Promoter Score (Korhikoski&Gerdt, 2016, s. 167).



Customer Effort Score (CES) on mittari, jonka avulla voidaan mitata asiakkaan kokemaa vaivannäköä jonkin asiointitapahtuman tai -kanavan yhteydessä. Se soveltuu mittaamaan arkisia ja rutiininomaisia asiakaskohtauksia eri kosketuspisteissä. Useimmiten vastausvaihtoehdot on esitetty asteikolla 1–5, jossa vaihtoehto 1 tarkoittaa ”vahvasti samaa mieltä” ja vaihtoehto 5 tarkoittaa ”vahvasti eri mieltä”. Customer Effort Scoresta on tehty myös päivitetty versio – Customer Effort Score 2.0, jossa vastausasteikkoa on laajennettu vaihtoehtoihin 1–7. Päivitetyn version tavoitteena on saada vastauksiin tarkkuutta ja helpottaa vastausten tulkintaa. Customer Effort Score lasketaan samaan tapaan kuin NPS: Asiointin vaikeaksi kokeneiden prosenttiosuus vähennetään asiointin helpoksi kokeneiden prosenttiosuudesta. Keskimäinen vastausvaihtoehto (CES-mittarissa vaihtoehto 3 ja CES 2.0 -versiossa vaihtoehto 4) tulkitaan neutraaliksi ja sitä ei huomioida vastauksissa. (Ahvenainen ym., 2017, ss. 27–28; Korhonen & Gerdt, 2016, ss. 168–169) Kuvassa 8 on esitetty esimerkki CES 2.0 -mittarin käytöstä, jossa vastausvaihtoehdot on muutettu asiakkaalle helposti ymmärrettävään muotoon ”erittäin helppoa” – ”erittäin vaikeaa”.

Kuva 8. Customer Effort Score 2.0 (Korhonen & Gerdt, 2017, s. 169).



Customer Satisfaction Index (CSAT/CSI) eli asiakastyytyväisyysindeksillä mitataan asiakkaiden tyytyväisyyttä yritystä tai asiointia kohtaan tietyllä hetkellä asiakaspolkua. (Ahvenainen ym., 2017, s. 26; Trustmary, 2022) Yleensä kyselytutkimuksessa kysymys esitetään muodossa: ”**Miten tyytyväinen olet saamaasi tuotteeseen/palveluun?**”.

Vastausasteikko on 1–5, jossa vaihtoehto 1 tarkoittaa ”Erittäin tyytymätön” ja vaihtoehto 5 tarkoittaa ”Erittäin tyytyväinen”. Vaihtoehdot voi esittää myös esimerkiksi tähtiarvosteluna

tai hymynaamoina (Trustmary, 2022; Tenhunen, 2016) Saadut tulokset pisteytetään tyyppillisimmin asteikolle 0–100 ja ne voidaan esittää pistelukuna (CSI) tai prosentteina (CSAT). Asiakastyytyväisyysindeksi saadaan jakamalla tyytyväisten asiakkaiden määrä kaikkien vastaajien määrällä. Tyytyväisiksi asiakkaiksi katsotaan vastausvaihtoehdot 4 (Tyytyväinen) ja 5 (Erittäin tyytyväinen) valinneet. Kuvassa 9 on esitettyä CSAT/CSI-mittarin laskukaava. Mikäli tulos halutaan ilmoittaa prosentteina, kerrotaan saatu vastaus luvulla 100. CSAT/CSI-mittarin avulla voidaan siis mitata asiakkaan tyytyväisyyttä jostain tietyistä kohtaamispaikoista, kun taas NPS kertoo asiakkaan lojaaliudesta ja suositteluhalukkuudesta kokonaisuutena. CSAT/CSI kaltaiset indeksit soveltuvat hyvin asiakastyytyväisyyden kehityksen mittaamiseen ja mahdollistaa vertailun eri toimijoiden välillä ja asiakastyytyväisyyden kehityksen trendien seuraamisen. (Ahvenainen ym., 2017, ss. 24–26; (Trustmary, 2022) Esimerkiksi EPSI-rating -tutkimusta käytetään laajalti Pohjoismaissa asiakastyytyväisyyden kehityksen arvioinnissa ja myös markkinointitarkoituksessa ulkoisesti (Ahvenainen ym., 2017, s. 26)

Kuva 9. CSAT/CSI laskukaava (mukaillen Ahvenainen ym., 2017, s. 26).

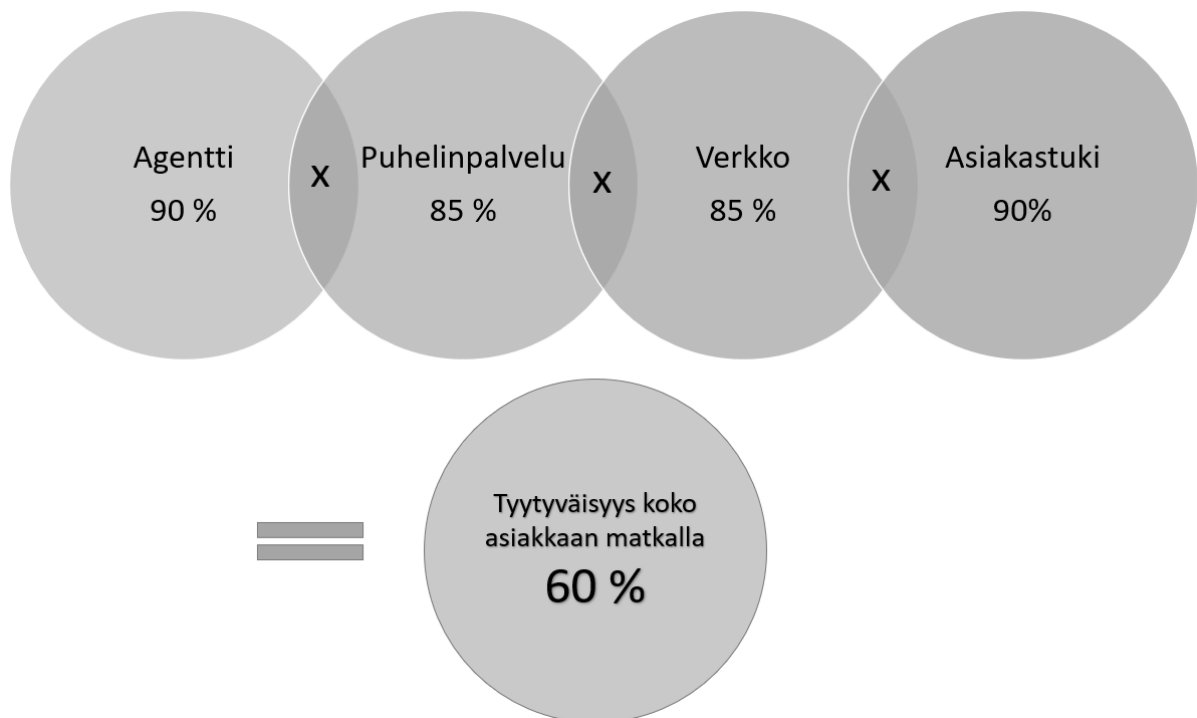
$$\frac{\text{Tyytyväiset asiakkaat}}{\text{Vastaajien määrä}} = \text{CSAT/CSI}$$

Asiakaskokemuksen mittaamiseen on paljon muitakin mittareita edellä mainittujen lisäksi. Esimerkiksi asiakaspoistumaa mitataan **Customer Churn Rate** -mittarin avulla, keskimääräistä käsittelyaikaa **Average Handling Time** -mittarilla ja asiakkaan asian ratkaisuastetta ensikontaktilla **First Contact Resolution** -mittarin avulla. (Ahvenainen ym., 2017, s. 29) Suomalainen Futurelab Finland on kehittänyt asiakaskokemuksen mittaamiseen

CX3D-mallin, jossa asiakaskokemusta mitataan kolmen päämuuttujan eli tehokkuuden, helppouden ja tunteiden kautta. Tätä mallia voidaan hyödyntää osana nykyisiä mittauksia lisäämällä olemassa olevaan kysymysvalikoimaan kysymykset mittaamaan tehokkuutta, helppoutta ja tunnetta. Saatuja tuloksia voidaan verrata esimerkiksi NPS-luvun kehittymiseen. (Korkiakoski, 2019, ss. 68–69)

Asiakaskokemusta mitattaessa on tärkeää huomioida se, että asiakas käsittelee asiakasmatkallaan eri kosketuspisteissä luomiaan kokemuksia aina kokonaisuutena, jolloin kaikki yksittäiset kosketuspisteet ja niissä asiakkaan saama palvelu vaikuttavat kaikki asiakkaan kokonaisuuden kokemukseen. Tämän vuoksi on tärkeää, että asiakkaan matkaa mitataan kokonaisuutena. Eri kosketuspisteissä mitattu tyytyväisyys vaikuttaa kokonaisuuteen. Vaikka asiakas antaa jossain kosketuspisteessä hyvän arvion, voi kokonaistyytyväisyys jäädä silti matalaksi kuten kuvassa 10. (Ahvenainen ym., 2017, s. 75).

Kuva 10. Kokonaistyytyväisyys asiakkaan matkalla (Ahvenainen ym., 2017, s. 75).



Asiakaskokemuksen kehittämisen kannalta on tärkeää, että tulosten tulkinnassa keskitytään asiakkaiden ongelmien ratkaisemiseen sen sijaan, että keskitytään vain mittaamiseen. Saatua asiakaspalautetta on hyödynnettävä välittömästi tilanteiden korjaamiseksi. Esimerkiksi NPS:n osalta arvostelijoiden tilanteen korjaamiseksi ja suosittelijoiden aktivoimiseksi. (Korkiakoski & Gerdt, 2016, ss. 167–168; Korkiakoski, 2019, s. 67). Korkiakoski ja Gerdt (2016, ss. 167–168) sanoittaa osuvasti esimerkin NPS:n käytöstä: ”Net Promoter Score mittaa kuumeen. Avoin palaute kertoo, mistä kuume johtuu.”

3 Asuntomarkkinat Suomessa

Elämän tärkeimpiä asioita on oma koti ja useimman suomalaisen unelmana onkin asua omistusasunnossa. Moni kuitenkin pohtii, koska on se oikea hetki ostaa oma asunto. Asumismuodon valintaan vaikuttaa jokaisen kulloinenkin elämäntilanne ja sen tarpeet. Esimerkiksi opiskelijalle, jolle ei vielä ole kertynyt säästöjä ja mahdollinen tuleva asuinpaikkakin voi olla vielä mietinnässä, voi vuokra-asunnossa asuminen olla luontevin ja joustavin ratkaisu. Toisaalta hiukan säästöjä kerryttäneelle ja vakituisessa työsuhteessa säännöllistä tuloa nauttivalle, voi oman asunnon osto olla oikea valinta. Oman kodin ostamista kannattaa harkita silloin, kun elämäntilanne sen sallii. Asumisen tarve ei kuitenkaan katoa. (Nordea, n.d.-b.; Laakso, 2023)

Omistusasunnon hankinta on pitkäaikainen sijoitus, joka useimmiten vaatii lainaa eikä se siten ole aina kaikille mahdollista. Omistusasumista pidetään yleisesti, ja myös tilastojen valossa, edullisimpana asumismuotona. Omistusasunnossa asuessa oma varallisuus kasvaa sitä mukaan, kun asuntolainaa maksaa pois. (Ympäristöministeriö, n.d.)

Tilastokeskuksen mukaan vuoden 2021 lopussa suomalaisesta asuntoväestöstä 69 % eli noin 3,7 miljoonaa asui omistusasunnossa, 28 % eli noin 1,5 miljoonaa vuokra-asunnossa ja loput 3 % eli noin 97.000 asui jonkun muun hallintaperusteen mukaisesti esimerkiksi asumisoikeusasunnossa. (SVT, 2021)

Tässä kappaleessa käymme läpi Suomen tämän hetken asuntomarkkinatilannetta ja kurkistamme tehtyjen asuntokauppojen määriin ja digitaalisesti toteutettujen kauppojen osuuksiin.

3.1 Asuntomarkkinatilanne

Vuoden 2020 keväällä maailman pysäytti koronapandemia, joka osaltaan vaikutti myös Suomen asuntokaupamarkkinaan. Huhti-toukokuussa asuntokauppojen määrät laskivat lähes 30 %. Kaupparamäärät palautuivat kuitenkin jo kesällä normaalille tasolle kiihtyen loppuvuotta kohti kuluttajien luottamuksen palauduttua. Myöskään pelättyä jyrkkää asuntojen hintojen laskua ei nähty. Korona-aikana otettiin käyttöön nopeasti erilaisia tapoja hoitaa asuntoesittelyjä ja kauppatilaisuuksia tautiturvallisuus huomioiden. Tällöin myös digitaalinen kaupanteko kasvatti suosiotaan voimakkaasti. Lopulta vuosi 2020 oli asuntomarkkinatilastojen valossa melko tavallinen, vaikkakin poikkeuksellinen vaihtelunsa vuoksi. Loppuvuoden ja erityisesti joulukuun kauppapiikin ansiosta kaupparamäärät kaikkien kohteiden (asunnot, loma-asunnot, tontit ja liiketilat) osalta nousivat noin 3 % edelliseen vuoteen verrattuna. Erityisesti rivitalojen, omakotitalojen ja vapaa-ajanasuntojen kysyntä kasvoi. Tällöin asuntojen hintakehityksen arvioitiin olevan noususuunnassa erityisesti kasvukeskuksissa ja Euribor-korkojen ennakoitiin pysyvän matalalla tasolla lähivuosien ajan. (KVKL, 2021; OP, n.d.-a, ss. 2–6; OP, n.d.-b, ss. 2–10)

Vuonna 2021 asuntokaupamarkkina kiihtyi entisestään ja asuntokauppoja tehtiin enemmän kuin koskaan aiemmin. Erityisesti alkuvuodesta ennätyksiä tehtiin lähes joka kuukausi. Kaupparamäärät kasvoivat noin 13 % vuoteen 2020 verrattuna. Loppuvuotta kohti kasvu hieman rauhoittui. Samaan aikaan asuntojen hinnat nousivat ja myyntiajat laskivat. Nähtävissä oli kuitenkin alueellista vaihtelua. Siellä missä asuntoja oli tarjolla kysyntään nähden vähemmän, hintojen nousu vahvistui ja siellä missä asuntoja oli kysyntää nähden enemmän, hintojen nousu oli maltillisempaa tai nousua ei tapahtunut. Kuitenkin alueilla, joilla hinnat ovat laskeneet edellisvuosina, lasku oli vähäisempää tai laskua ei ollut lainkaan. Vuoden 2021 lopussa ennustettiin ensimmäisiä mahdollisia koron nousuja ja Euriborin arvioitiin nousevan positiiviseksi vuoden 2023 aikana. (KVKL, 2022; OP, n.d.-c, ss. 2–3, 15–23; OP, n.d.-d, ss. 3–4, 18–19)

Energiakriisi, Venäjän aloittama sota, korkojen nousu ja yleinen kustannusten nousu ovat vaikuttaneet Suomen asuntomarkkinoihin viimeisen vuoden aikana merkittävästi. Vuosi 2022 käynnistyi asuntokauppojen osalta lähes normaalilla tasolla, mutta jo maaliskuussa asuntokaupassa alkoi näkyä hiipumisen merkkejä Venäjän aloittaman sodan aiheuttaman epävarmuuden lisääntyessä. Samaan aikaan iski energiakriisi luoden epävarmuutta ja nostaten muun muassa asumisenkuluja erityisesti kiinteistöjen osalta. Myös korot lähtivät nousuun ja keväällä 12 kk Euribor -korko nousi usean vuoden jälkeen yli nollatason. Korkojen nousu jatkui koko vuoden poikkeuksellisen nopeana ja vuoden lopussa 12 kk Euribor ylitti jo 3 %:n tason. Suomalaisten asunnon ostoaikeissa tapahtui merkittävä lasku erityisesti loppuvuotta kohti, ja tämä vähensi loppuvuoden asuntokauppamääriä kesästä alkaen huomattavasti edellisvuosiin nähden. Erityisesti kauppa hiipui uudiskohteiden osalta. Asuntokauppamäärät laskivat kaikkiaan jopa reilu 11 % pitkän aikavälin keskiarvoon nähden. Eniten laskua kauppamäärissä oli suurimmissa kaupungeissa. Asuntojen hinnat nousivat vuonna 2022 vain hieman vahvan alkuvuoden ansiosta ja loppuvuodesta hinnat kääntyivät laskuun ja palautuivat koronaa edeltävälle tasolle. (KVKL, 2023c; KVKL Hintaseurantapalvelu, 2023; OP, n.d.-e; OP, n.d.-f; Koskivuo, 2022)

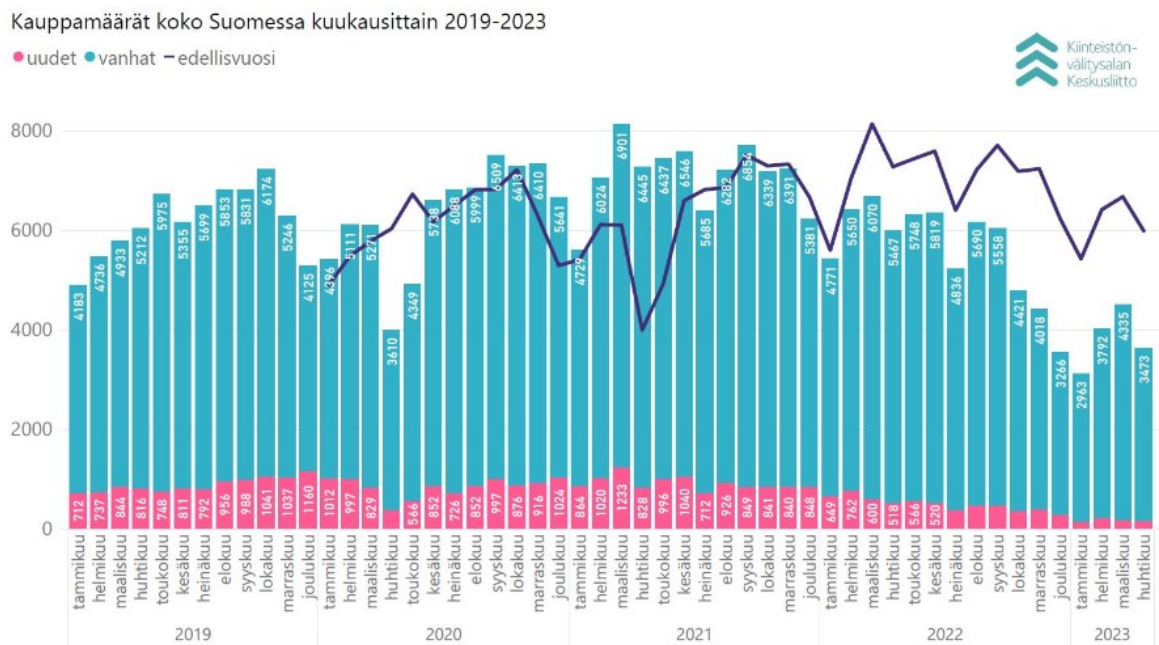
Tammikuussa 2023 asuntokauppojen määrä (uudet ja vanhat asunnot) oli edelleen lähes 44 % edellisvuotta pienempi ja Kiinteistöväälitysalan Keskusliiton (KVKL) viiden vuoden keskiarvoon verrattuna noin 42 % pienempi. Myyntiajat pitenevät hieman ja asuntojen hinnat laskivat vuodenvaihteen 2019–2020 tasolle. (KVKL, 2023a) Helmikuussa asuntomarkkinassa oli nähtävissä piristymisen merkkejä tammikuuhun verrattuna, vaikka asuntokauppoja tehtiin edellisiin vuosiin nähden edelleen huomattavasti vähemmän. Edellisen vuoden kauppamääriin verrattuna kauppoja tehtiin 39,5 % vähemmän ja viiden vuoden keskiarvoon verrattuna lähes 37 % vähemmän. (DIAS, 2023; KVKL, 2023b)

Maaliskuussa 2023 asuntokauppamäärät nousivat alkuvuodesta, mutta silti kauppamäärissä jäätin reilusti alle edellisten vuosien lukuja. Edelliseen vuoteen verrattuna kauppoja tehtiin noin 34 % vähemmän ja viiden vuoden keskiarvoon nähden 32,5 % vähemmän. Asuntojen hintojen lasku hidastui huomattavasti pääkaupunkiseudulla ja pysähtyi muualla Suomessa. Joillakin alueilla hinnat kääntyivät jopa hieman nousuun. (KVKL, 2023d) Huhtikuussa kauppamäärät olivat odotettua pienempiä koko Suomessa ja kauppojen määrä oli noin 39 %

pienempi edelliseen vuoteen verrattuna ja noin 38 % pienempi viiden vuoden keskiarvoon nähden. Käytettyjen kerrostaloasuntojen hinnoissa näkyy kuitenkin vakaantumista ja myyntiajat ovat lyhentyneet. Erityisesti uusien asuntojen kauppa on ollut koko alkuvuoden merkittävästi alhaisempaa aiempiin vuosiin nähden. (KVKL, 2023e)

Kuvassa 11 on nähtävillä koko Suomen kuukausittaiset kauppamäärät ajanjaksolta 1/2019–4/2023 niin vanhojen kuin uusien asuntojen osalta ja vertailu edellisen vuoden kauppamääriin, josta edellä mainittu vaihtelu on helposti nähtävissä.

Kuva 11. Suomen kuukausittaiset kauppamäärät ajalta 1/2019–4/2023 (KVKL, 2023e).



OP ennustaa Q2/2023 asuntomarkkinakatsauksessaan (OP, n.d.-g), että asuntojen hinnat laskevat tänä vuonna edelleen, mutta suurta romahdusta ei ole nähtävissä. OP arvio asuntojen hintojen laskevan pääkaupunkiseudulla keskimäärin 6–8 % ja muualla Suomessa 4–6 %. Nordea arvioi hintojen laskun olevan alkuvuonna pääkaupunkiseudulla 10 % ja koko maassa 7 % viime vuoden huipputasoista päättyen vuoden 2020 alun tasolle. Asuntojen hintojen kääntymistä nousuun pitää OP:n arvion mukaan odotella vuoteen 2024 ja Nordean mukaan tämän vuoden loppupuolelle. Korjojen nopein nousu näyttäisi tällä hetkellä tasaantuneen, vaikkakin 12kk Euribor -koron ennustetaan nousevan lähelle 4 % tasoa. Niin

OP kuin Nordea mainitsevat katsauksissaan, että Suomen asuntomarkkinoiden perustekijät ovat kunnossa, joten epävarmuuksien vähentyessä asuntokaupan odotetaan jälleen lähtevän käyntiin kesää kohti mentäessä. Muun muassa korkojen nousun tasaantuminen, energianhinnan lasku, inflaation hidastuminen, hyvä työllisyystilanne ja palkkojen nousu tukevat asuntomarkkinaa. Nyt on ostajan markkina ja erityisesti ensiasunnon ostajalla on paras hetki pitkään aikaan ostaa oma koti. Tarjontaa on runsaasti ja hinnat ovat laskeneet. Erityisesti pienempiä asuntoja on markkinoilla paljon. Myös vuokralaisella on viime aikoina ollut hyvin valinnanvaraa vuokra-asuntojen suhteen. Vuokrankorotukset ovat pysyneet maltillisena, vaikkakin nousupainetta niiden suhteen onkin. (Kostiainen, 2023; OP, n.d.-g; Nordea, n.d.-c)

Tässä kappaleessa lähteenä käytetyissä Kiinteistönvälitysalan Keskusliiton KVKL:n avoimilla sivuilla julkaisemissaan raporteissa ja katsauksissa primäärilähteenä käytetään KVKL Hintaseurantapalvelun asuntokauppadataa ja myös muun muassa Tilastokeskuksen ja Suomen Pankin tilastoja. KVKL Hintaseurantapalvelu on yksityinen tietovaranto, josta löytyy noin 1,6 miljoonan asuntokaupan tiedot vuodesta 1999 lähtien kattaen noin 70–80 % vanhojen asuntojen kaupoista. Tiedot toteutuneista asunto- ja kiinteistökaupoista palveluun saadaan palvelussa mukana olevilta suomalaisilta kiinteistönvälittäjiltä ja rakennusliikkeiltä. Kaikkia tehtyjä kauppia ei siis tilastoida KVKL Hintaseurantapalveluun, mutta se antaa siitä huolimatta riittävän kattavan näkemyksen asuntomarkkinaa Suomessa. (KVKL, 2023e; KVKL, n.d.)

3.2 Digitaalisten asuntokauppojen osuus ja kehitys

Haastavasta asuntomarkkinatilanteesta huolimatta digitaalinen asuntokauppa jatkaa yleistymistään ja yhä useammassa kaupassa kaupan osapuolet valitsevat kauppatavakseen toteuttaa asuntokaupan digitaalisesti. DIAS-kauppoja tehtiin vuoden 2022 lokakuun alkuun mennessä lähes 15 % enemmän kuin vastaavana ajankohtana vuonna 2021, joka oli asuntomarkkinoilla ennätysvuosi. Kaikista kiinteistönvälittäjien tekemistä asunto-osakekaupoista jo noin 40 % toteutetaan digitaalisena DIAS-palvelualueen kautta (tilanne 3/2022). (DIAS, n.d.-b)

Kiinteistökaupoissa digitaalinen kiinteistökauppa on ollut käytössä Maanmittauslaitoksen Kiinteistövaihdaman palvelun (KVP) kautta jo vuodesta 2013 alkaen, mutta sen käyttö on ollut verrattain vähäistä. Vuonna 2020 sähköisten kauppojen osuus oli noin 5 % kaikista kiinteistökaupoista, mutta kauppamäärät ovat tuplaantuneet vuonna 2021 edelliseen vuoteen 2020 verrattuna. (Heikkilä, 2020; MML, 2022) Maanmittauslaitokselta (Asiakaspalvelu, henkilökohtainen tiedonanto, 19.5.2023) saadun tiedon mukaan alkuvuonna 2023 Kiinteistövaihdaman palvelun kautta tehtyjen luovutusten osuus on ollut hieman vajaa 8 % kaikista kiinteistösaannoista, joilla tarkoitetaan kauppojen lisäksi myös lahjoja, perinnönjakoja ja osituksia, joilla kiinteistö on vaihtanut omistajaa.

Helmikuusta 2022 alkaen myös kiinteistökauppa on ollut mahdollista toteuttaa DIAS-palvelun kautta ja myös sen osalta kauppamäärät ovat DIASin mukaan mukavassa kasvussa. Lokakuusta 2022 alkaen DIASin kautta on ollut mahdollista toteuttaa myös sähköistyvän osakekirjan kaupat eli sellaisen asunnon kaupat, jossa osakekirja on vielä perinteinen paperinen, mutta taloyhtiön osakasluettelo on jo siirretty Maanmittauslaitoksen huoneistotietojärjestelmään (HTJ) ja kaupan yhteydessä paperinen osakekirja mitätöidään ja korvataan sähköisellä omistusmerkinnällä huoneistotietojärjestelmään. (DIAS, n.d.-b) Huhtikuusta 2023 alkaen DIASin kautta tuli mahdolliseksi toteuttaa myös olemassa olevan vuokraoikeuden kauppvoja eli vuokraoikeuden siirtoja (DIAS, 2023n) Toukokuun 2023 puolesta välistä alkaen on ollut mahdollista toteuttaa myös sellaisia kauppvoja, joissa kaupan osapuolena on yritys (DIAS, 2023a). Nämä muutokset mahdollistavat yhä useamman erilaisen kaupan toteutumisen DIAS-palvelun kautta, joten DIAS-palvelun suosion uskoisi näin kasvavan.

DIASin (2023b) digitaalisen asuntokaupan tilannekatsauksen mukaan (15.2.2023) vuonna 2022 digitaalisia asuntokauppvoja (asunto-osake- tai kiinteistökauppvoja) toteutettiin DIAS-palvelun kautta jo noin 3 200 kiinteistönvälittäjän toimesta.

4 Digitaalinen asuntokauppa

Digitaalinen asuntokauppa mahdollistaa kaupankäynnin ajasta ja paikasta riippumatta erilaisia kaupankäyntipalvelualustoja hyödyntäen. Käytettävä

kaupankäyntipalvelu riippuu siitä, onko kaupan kohteena asunto-osake vai kiinteistö. Asunto-osakekaupassa kauppa-alustana toimii DIAS-palvelu. Kiinteistökaupassa DIAS-palvelun lisäksi hyödynnetään Maanmittauslaitoksen Kiinteistövaihdamman palvelua (KVP). (Nordea, n.d.-a)

Asunto-osakekaupassa kauppakirja allekirjoitetaan DIAS-palvelussa, kun taas kiinteistökaupassa allekirjoitusvaihe on kaksivaiheinen: ensin allekirjoitetaan pankin valtuutukset DIAS-palvelussa ja sen jälkeen itse kauppakirjan allekirjoitus tapahtuu Maanmittauslaitoksen Kiinteistövaihdamman palvelussa (KVP) (DIAS, n.d.-c; DIAS, n.d.-d).

Kiinteistökauppa on mahdollista toteuttaa digitaalisesti myös suoraan Kiinteistövaihdamman palvelussa (KVP), joka on tarkoitettu erityisesti yksityishenkilöiden käyttöön. KVP mahdollistaa myös ”kaupan” lahja- tai vaihtokirjan perusteella. (Heikkilä, 2020) Tässä opinnäytetyössä emme kuitenkaan käy tätä prosessia tarkemmin läpi, vaan keskitymme tarkastelemaan DIAS-palvelun kautta tehtyjä asunto-osake ja kiinteistökauppoja.

Tässä kappaleessa esitellään digitaalisen asuntokaupan mahdollistavat palvelualustat ja käydään läpi digitaalisen asuntokaupan ominaisuuksia niin asunto-osakekaupan kuin kiinteistökaupan osalta. Kummankin osalta kuvataan toimintaperiaate ja käydään läpi edellytyksiä ja rajoituksia. Lisäksi esitellään lyhyesti mitä tarkoittaa sähköistävän osakekirjan kauppa sekä vuokraoikeuden siirron kauppa.

4.1 Digitaalinen asuntokauppa DIAS

4.1.1 DIAS kaupankäyntipalvelu

DIAS on asuntokauppaa varten kehitetty digitaalinen kaupankäyntialusta, joka kokoaa kaikki asuntokaupan osapuolet yhteen. DIASin kautta asuntokaupat toteutetaan täysin digitaalisesti eikä erillistä aikaa ja paikkaan sidottua kaupantekotilaisuutta pankkiin tarvita. Kauppakirja allekirjoitetaan sähköisesti vahvaa tunnistautumista käyttäen eli joko pankkitunnuksilla tai mobiilivarmenteen avulla. Tämä takaa turvallisen kaupankäynnin. (DIAS, 2023g, DIAS, n.d.-a) DIAS-alustan kehityksestä ja hallinnoinnista vastaa marraskuussa

2018 DIAS-alustaa varten perustettu yhteisyritys Digitaalinen asuntokauppa DIAS Oy, jonka omistavat Aktia, Alma Talent, Danske Bank ja S-Pankki (DIAS, n.d.-e).

Tällä hetkellä DIAS-kauppa on mahdollista Aktian, Danske Bankin, Handelsbankenin, Nordean, Oma Säästöpankin, OP:n, POP Pankin, S-pankin, Suomen Hypoteekkiyhdistyksen, Säästöpankin ja Ålandsbankenin asiakkaille. Kuvassa 12 näkyy pankit, joiden pankkitunnuksilla sähköinen allekirjoittaminen on tällä hetkellä mahdollista. (DIAS, 2023I)

Kuva 12. DIAS-kaupan tunnistautumisen mahdollistavat pankkitunnukset ja mobiilivarmenne (DIAS, 2023I).



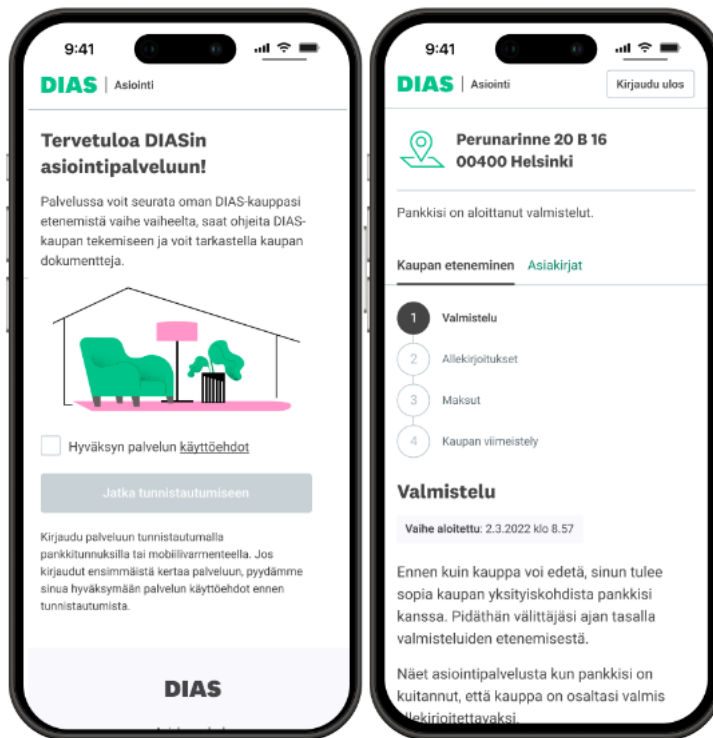
Välittäjällä tulee olla käytössä joku seuraavista välitysjärjestelmistä, jotta hän voi tehdä DIAS-kauppoja: Apuri, Blok, Helmi, Kipinä, KIVI, Linear, PDX tai Vilpas. Kaikissa välitysjärjestelmissä ei tosin ole vielä kaikki kauppatyypit mahdollisia. Mikäli välittäjän käytössä ei ole mikään edellä mainituista välitysjärjestelmistä, voi hän toteuttaa DIAS-kauppoja DIASin asiakaspalvelun kautta saatavalla Buenos-palvelun avulla. Tämän kautta onnistuu myös niiden kauppatyyppien kaupat, jotka eivät välittäjän omassa välitysjärjestelmässä ole vielä mahdollisia. (DIAS, 2022c) Välittäjä näkee kaupan etenemisen ja sen eri vaiheet käyttämänsä välitysjärjestelmän kautta (DIAS, 2023h).

DIAS-palvelua kehitetään edelleen, jotta sen kautta mahdollisimman erityyppisten kauppojen toteuttaminen olisi mahdollista. Kehittäminen tapahtuu yhteistyössä alan sidosryhmien eli kiinteistönvälittäjien, pankkien, kauppaprosessin liittyvien viranomaisten ja välitysjärjestelmien kanssa. Osoituksena aktiivisesta kehittämisestä ovat jo aiemmin mainitut reilun puolen vuoden sisällä käyttöön tulleet laajennukset: sähköistyvän osakekirjan kauppa lokakuussa 2022, vuokraoikeuden siirron -kauppa huhtikuussa 2023 ja uusimpana 16.5.2023 käyttöön tullut laajennus, jossa kaupan osapuolena voi olla myös yritys (osakeyhtiö). Tällä hetkellä kehityksen alla on tuki sähköisen asunto-osakkeen kaupoille eli sellaisille kaupoille, joissa asunnon omistusoikeus on jo merkitty Maanmittauslaitoksen huoneistotietojärjestelmään eikä paperista osakekirjaa enää ole. (DIAS, 2023a; DIAS, 2023b)

4.1.2 DIASin Asiointipalvelu

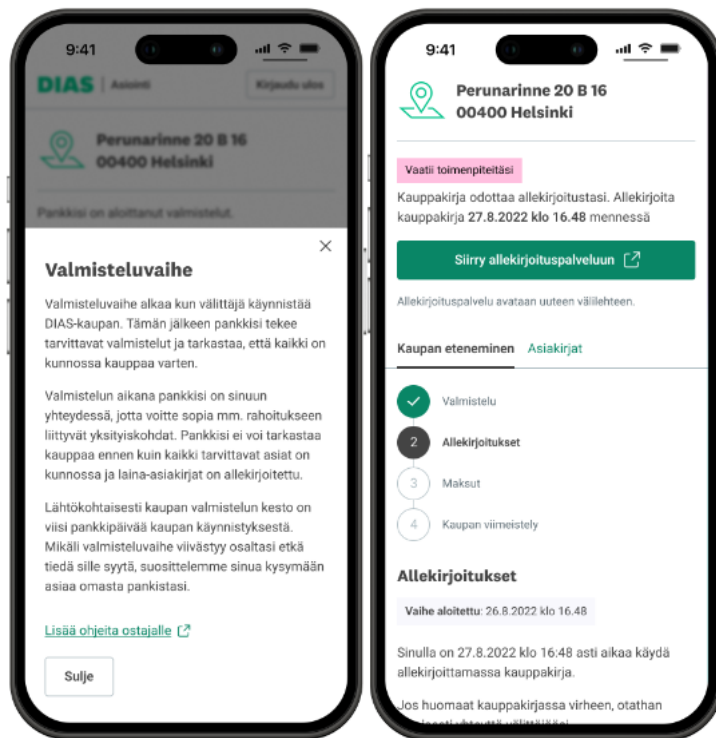
Joulukuussa 2022 julkaistiin DIASin asiointipalvelu tukemaan kaupan osapuolten asiakaskokemusta (DIAS, 2023b). Asiointipalvelun kautta ostaja ja myyjä voivat seurata kaupan vaiheiden etenemistä reaaliajassa, saavat ohjeita ja lisätietoja kaupan eri vaiheisiin, näkevät kauppakirjan ennen ja jälkeen allekirjoittamisen, saavat ohjeistuksen ja linkin allekirjoitusvaiheeseen sekä näkevät välittäjän yhteystiedot. Asunto-osakkeen kaupassa ostaja näkee palvelun kautta myös kopion osakekirjasta, johon on kaupan myötä tehty siirtomerkintä omistajuuden merkiksi. DIASin asiointipalvelu on ostajan ja myyjän käytettävissä sen jälkeen, kun välittäjä on käynnistänyt DIAS-kaupan omassa välitysjärjestelmässään. Kaupan käynnistämisen jälkeen he saavat DIAS-järjestelmän automaattisesti lähettämän linkin palveluun, jonne he voivat kirjautua pankkitunnuksilla tai mobiilivarmenteen avulla. Kauppa näkyy asiointipalvelussa aina kolmen kuukauden ajan kaupan jälkeen. (DIAS, 2023c; DIAS, 2022c) Kuvassa 13 on esimerkkikuva DIASin asiointipalvelun näkymästä mobiililaitteella katsottuna.

Kuva 13. Esimerkkikuva 1. DIASin asiointipalvelu (DIAS, 2023c).



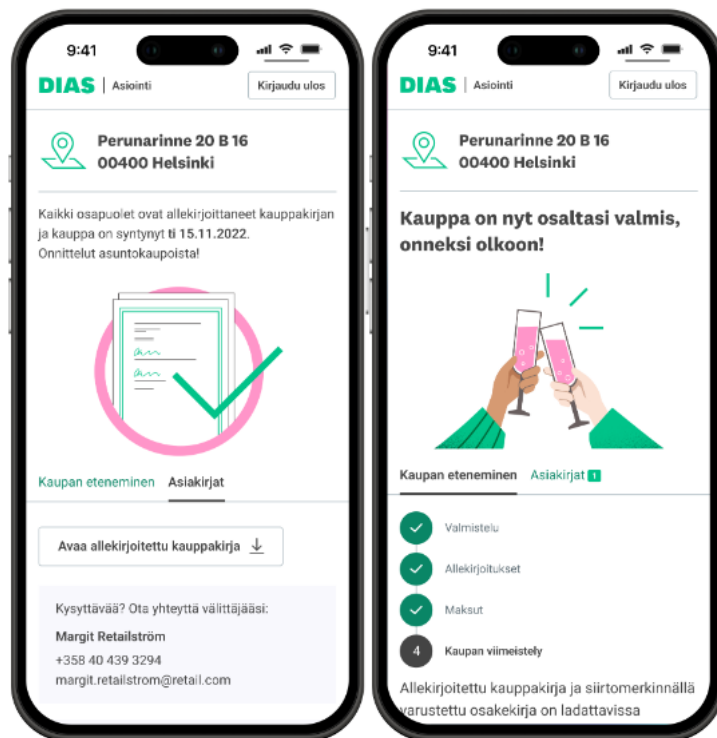
Kuvassa 14 on esimerkkikuva valmisteluvaiheesta sekä ohjeet ja linkki kauppakirjan allekirjoituspalveluun siirtymiseen.

Kuva 14. Esimerkkikuva 2. DIASin asiointipalvelu (DIAS, 2023c).



Kaupan toteutumisen jälkeen kaupan asiakirjat ovat ladattavissa asiointipalvelun kautta. Asiointipalvelu myös onnittelee käyttäjää toteutuneesta asuntokaupasta tuoden käyttäjälle varmasti mukavan tunteen ja myös vahvistuksen siitä, että kaikki on hänen osaltaan kunnossa, kuten kuvasta 15 on nähtävissä. (DIAS, 2023c)

Kuva 15. Esimerkkikuva 3 DIASin asiointipalvelu kaupan jälkeen (DIAS, 2023c)



4.1.3 Edellytykset ja esteet DIAS-kaupalle

DIAS-kaupassa tulee olla aina mukana kiinteistönvälittäjä, joka käynnistää DIAS-kaupan oman välitysjärjestelmänsä kautta. Ostajan tulee ottaa rahoitus asunnon ostamiseen jostakin DIAS-kaupan mahdollistavasta pankista. Kaupan osapuolina eli myyjänä ja ostajana tulee olla oikeustoimikelpoinen yksityishenkilö tai osakeyhtiömuotoinen yritys. Asunto-osakekaupassa myös jakamaton kuolinpesä voi toimia myyjänä. Lisäksi vaaditaan, että mikäli ostajia tai myyjiä on useita, tulee kaikilla ostajilla ja/tai myyjillä olla sama pankki. (DIAS, 2023e; DIAS, 2023f) Myyjällä/myyjillä ja ostajalla/ostajilla voi vastaavasti olla eri pankit. Esimerkiksi Ostaja 1:n ja Ostaja 2:n pankki on Nordea ja Myyjän pankki on OP, voidaan kauppa toteuttaa. Kun taas, mikäli Ostaja 1:n pankki on Nordea, Ostaja 2:n pankki OP ja Myyjän pankki OP, ei kauppaa voida toteuttaa. (DIAS, 2021b)

DIAS-kaupan allekirjoittaminen ei ole mahdollista valtakirjalla. Jokainen kaupan osapuoli allekirjoittaa kauppakirjan henkilökohtaisesti omilla pankkitunnuksillaan tai mobiilivarmenteellaan. Lisäksi heillä pitää olla suomalainen henkilötunnus. Yrityksen ollessa

kaupan osapuolena, allekirjoituksen tekee yrityksen nimenkirjoitusoikeudellinen henkilö tai henkilöt. (DIAS, 2023e; DIAS, 2023f; DIAS, 2023j) Lisäksi DIAS-kaupan edellytyksenä on, että kauppa tehdään yhdellä kauppakirjalla ja kauppahinta maksetaan yhtenä maksueränä, johon on sidottu omistusoikeiden siirtyminen (DIAS, 2023e; DIAS, 2023f).

4.2 DIAS-kaupan eteneminen

DIAS-kauppa etenee aina tietyllä prosessilla vaihe kerrallaan ja se voidaan jakaa kolmeen päävaiheeseen:

1. Valmistelu
2. Allekirjoitukset
3. Viimeistely

Prosessi eroaa vaiheiden sisällä hieman riippuen siitä, onko kyseessä asunto-osakekauppa vai kiinteistökauppa. Kullekin vaiheelle on määritetty tavoitteellinen käsittelyaika, jossa ko. vaiheen tulisi edetä. (DIAS, 2023h; DIAS, n.d.-c; DIAS, n.d.-d; DIAS, 2022b)

Seuraavissa kahdessa kappaleessa käydään tarkemmin läpi prosessi sekä erityiset piirteet kunkin kauppatyyppin osalta.

4.2.1 Asunto-osakkeen DIAS-kauppa

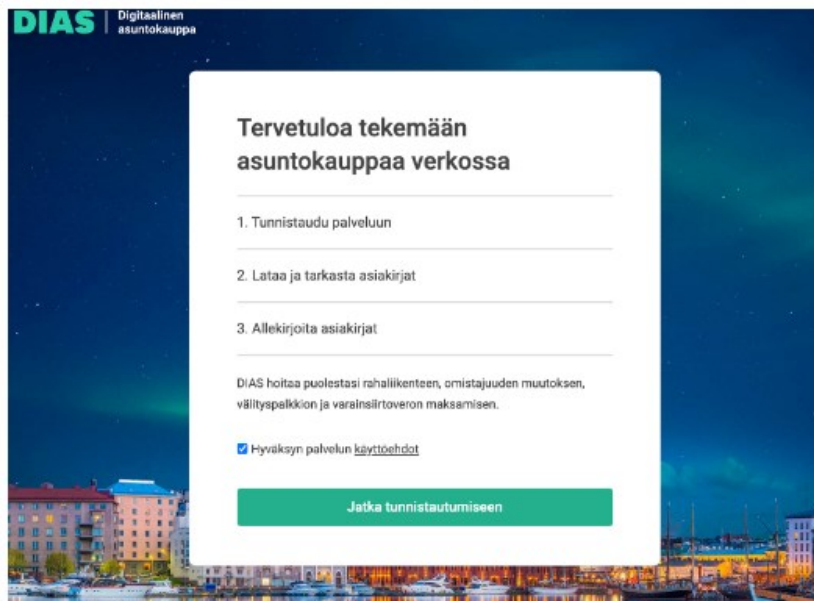
Asunto-osakkeen DIAS-kaupassa ostettavan asunnon tulee olla valmis kohde, jolla on paperinen osakekirja (DIAS, 2021a).

Valmisteluvaiheessa välittäjän ja pankkien kanssa sovitaan kaupan yksityiskohdista: Kun kaupan ehdoista on sovittu ja kaupan osapuolet ovat hyväksyneet välittäjän laatiman kauppakirjaluonnoksen, välittäjä avaa kaupan ja lähettää kauppakirjan liitteineen DIASiin pankkien tarkastusta varten. Pankkien valmisteluvaiheessa sekä myyjän että ostajan pankit tarkastavat ja valmistelevat kaupan omasta näkökulmastaan. Ostaja sopii viimeistään tässä vaiheessa oman pankkinsa kanssa rahoitukseen liittyvät asiat ja allekirjoittaa luottoasiakirjat.

Myyjä sopii puolestaan oman pankkinsa kanssa rahaliikenteestä ja mahdollisista lainojen poismaksuista. Kun kaikki on kunnossa, pankit kuittaavat valmistelun tehdyksi. Tavoiteaika valmisteluvaiheelle on viisi pankkipäivää kaupan aloittamisesta. Valmistelun kestoja voivat pidentää muun muassa ostajan keskeneräiset lainaneuvottelut, ostajan lisävakuuden tarve ja niihin liittyvät selvitykset ja järjestelyt, viime hetken muutokset lainoihin tai myös myyjän lainojen uudelleenjärjestelyihin liittyvät asiat. Myös se, että myytävän asunnon osakekirja ei ole pankissa lainan vakuutena, voi pidentää valmisteluvaiheen kestoja, sillä ennen kuin kaupassa voidaan edetä, tulee osakekirja toimittaa myyjän pankille. Silloin kun kaupassa on osallisena kuolinpesä, ei pankeille ole asetettu tavoiteaikoja kaupan valmistelun ja tarkastusten osalta kuolinpesäkauppojen eroavaisuuksien vuoksi. Valmisteluvaiheessa myyjän pankki antaa myös DIAS-palvelun kautta ostajan pankille sitoumuksen osakekirjan toimittamisesta kaupan jälkeen. (DIAS, 2023m; DIAS, 2023h; DIAS, 2022b; DIAS, n.d.-c)

Allekirjoitusvaiheessa ostaja ja myyjä allekirjoittavat kauppakirjan ja tarvittavat valtuutukset maksuliikenteen hoitamiseksi ja osakekirjan siirtämiseksi: Välittäjä käynnistää allekirjoitusvaiheen käyttämästään välitysjärjestelmästä, kun pankit ovat kuitanneet valmistelun tehdyksi. DIAS-järjestelmä lähettää tämän jälkeen automaattisesti sähköpostilla kaikille kaupan osapuolille allekirjoituskutsut ja linkin DIASin allekirjoituspalveluun (Kuva 16), jonka kautta kauppakirja ja valtuutukset allekirjoitetaan. Aikaa allekirjoittamiselle ja valtuutuksien antamiselle on 24 tuntia allekirjoittamisvaiheen käynnistämisestä alkaen. Mikäli kaikkia allekirjoituksia tai valtuutuksia ei saada tuon aikarajan puitteissa, kauppa keskeytyy ja se pitää käynnistää uudelleen. (DIAS, 2022a)

Kuva 16. Allekirjoituspalvelun etusivu (DIAS, 2022a).




Kuvassa 17 on esimerkki allekirjoituspalvelun ostajan näkymästä asunto-osakekaupassa. Kuten esimerkikuvista on nähtävissä, ohjaa allekirjoituspalvelu asiakasta allekirjoitus- ja valtuutusprosessissa selkeästi eteenpäin. Kuvassa 17 on näkyvissä myös esimerkki ostajan pankillensa annettavista valtuutuksista. (DIAS, 2022a)

Kuva 17. Esimerkkikuva allekirjoituspalvelun ostajan näkymä asunto-osakekaupassa (DIAS, 2022a).


Allekirjoitettava asiakirja

Alla allekirjoitettavaksi lähetetty asiakirja ja mahdolliset liitteet. Tutustu niihin painamalla lataa ennen allekirjoittamista.



Kauppakirja DIAS.pdf
Allekirjoitettava asiakirja

Lataa



Puolison suostumus.pdf
Asiakirjan liite

Lataa

Tarvittavat valtuutukset

- Valtuutan pankin (Nordea Bank Oyj) maksamaan puolestani tämän kauppakirjan mukaisen kauppahinnan sekä suorittamaan kauppaan mahdollisesti liittyvän varainsiirtoveron.
- Valtuutan Digitaalinen asuntokauppa DIAS Oy:n hakemaan puolestani varainsiirtoveron viitenumeroni Verohallinnolta tähän asuntokauppaan liittyvää, pankin suorittamaa varainsiirtoveron maksua varten. Valtuutus on voimassa tämän kaupan hoitamista varten tarvittaviin toimiin.

Vahvistus

- Olen lukenut asiakirjat ja hyväksyn
- En hyväksy

→
Allekirjoita

Viimeistelyvaiheessa pankit ja kiinteistönvälittäjä viimeistelevät kaupan: Kauppakirjan, muiden mahdollisten dokumenttien ja valtuutuksien allekirjoittamisen jälkeen, ostajan pankki maksaa kauppahinnan ja tarvittaessa varainsiirtoveron. Myyjän pankki puolestaan maksaa mahdollisen välityspalkkion ja siirtää myyjän osuuden kauppahinnasta myyjän tilille. Maksut on sovittu hoidettavaksi saman pankkipäivän aikana, mikäli kaupan allekirjoitukset on suoritettu ennen klo 14 ja viimeistään seuraavan pankkipäivän aikana, mikäli allekirjoitukset tehdään klo 14 jälkeen. Maksujen jälkeen myyjän pankki tekee kaupan kohteena olevan asunnon osakekirjaan siirtomerkinnän kaupan merkiksi ja skannaa tiedoston DIAS-palveluun kaikkien osapuolien nähtäväksi. Fyysinen osakekirja lähetetään ostajan pankille kolmen pankkipäivän kuluessa. Välittäjän tehtävänä on tehdä

varainsiirtoveroilmoitus viimeistään seitsemän päivän kuluttua ja toimittaa kaupan dokumentit taloyhtiön isännöitsijälle (DIAS, n.d.-c; DIAS, 2022b)

4.2.2 Sähköistyvän osakekirjan kauppa

DIAS-kauppa on ollut mahdollista toteuttaa 11.10.2022 alkaen myös sellaisesta asunto-osakkeesta, jonka taloyhtiön osakeluettelo on siirretty Maanmittauslaitoksen sähköiseen huoneistotietojärjestelmään, mutta osakekirja on vielä paperinen. Tällöin puhutaan sähköistyvän osakekirjan kaupasta ja paperinen osakekirja tulee sähköistää DIAS-kaupan jälkeen. Käytännössä tämä tapahtuu siten, että DIAS-palvelualusta tarkistaa osakeluettelon sijainnin automaattisesti kaupan yhteydessä. Mikäli osakeluettelo on siirretty huoneistotietojärjestelmään, kerää DIAS-palvelu automaattisesti kaupan valmisteluvaiheessa tarvittavat tiedot sähköistä panttausmerkintää varten. Kauppakirjan digitaalisen allekirjoittamisen yhteydessä ostajalta pyydetään tarvittavat valtuutukset sähköisen osakemerkinnän tekemiseen ja paperisen osakekirjan mitätöintiin. Tämän jälkeen ostajan pankki lähettää hakemuksen ja toimittaa paperisen osakekirjan mitätöitäväksi Maanmittauslaitokselle. (DIAS, 2023k)

4.2.3 Kiinteistön DIAS-kauppa

Kiinteistön kauppa on mahdollista toteuttaa DIAS-kauppana, kun kaupan kohteena on yksi kokonainen kiinteistö. Kaupan kohteena olevaan kiinteistöön kohdistuvat kiinnitykset eli panttikirjat tulee olla kaikki sähköisiä ja niiden tulee olla kirjattuna myyjän pankin nimiin Maanmittauslaitoksen lainhuuto- ja kiinnitysrekisterissä. Myös kiinteistökaupassa kauppa tulee hoitaa yhdellä kauppakirjalla ja koko kauppahinta on maksettava yhdessä erässä. (DIAS, 2023f)

Kiinteistön DIAS-kaupassa valmisteluvaihe on samanlainen kuin asunto-osakekaupassa, mutta allekirjoitus- ja viimeistelyvaiheet poikkeavat hieman asunto-osakkeen DIAS-kaupasta. Kiinteistön DIAS-kaupassa allekirjoitusvaihe on kaksivaiheinen: ensin allekirjoitetaan valtuutukset pankeille DIAS-palvelussa ja sen jälkeen kauppakirja allekirjoitetaan Maanmittauslaitoksen Kiinteistövähdannan palvelussa (KVP). Aikaa valtuutuksien

allekirjoittamiseen DIAS-palvelussa on 24 tuntia. Maanmittauslaitoksen Kiinteistönvaihdon palvelussa kauppakirjan allekirjoittaminen on mahdollista 30 päivää. Myyjän tulee allekirjoittaa kauppakirja ensin, vasta sen jälkeen pääsee ostaja allekirjoittamaan kauppakirjan. (DIAS, 2023d; DIAS, 2023i)

Myös viimeistelyvaihe eroaa hieman asunto-osakkeen DIAS-kaupasta. Kiinteistökaupassa ostajan tulee tehdä itse varainsiirtoveroilmoitus verohallinnolle viimeistään kolmantena päivänä kauppakirjan allekirjoituksen jälkeen. Varainsiirtoveroilmoitus tulee olla tehtynä ennen kuin lainhuuto eli omistuksen rekisteröinti voidaan ratkaista. Lainhuudon haku käynnistyy automaattisesti kauppakirjan allekirjoittamisen jälkeen. Kiinnitysten eli panttikirjojen siirtoa varten myyjän pankki hyväksyy siirron KVP:ssä. (DIAS, 2023d; DIAS, 2023i)

4.2.4 Vuokraoikeuden DIAS-kauppa

DIASin kautta on ollut mahdollista tehdä 12.4.2023 alkaen myös olemassa olevan vuokraoikeuden kauppvoja eli vuokraoikeuden siirtoja. Vuokraoikeus tarkoittaa esimerkiksi omakotitaloja, jotka sijaitsevat vuokratontilla. Vuokraoikeuden kauppa vastaa kiinteistön kauppaa pienillä muutoksilla. Lähinnä nämä muutokset koskevat pakollisia liitteitä, jotka välittäjän tulee hankkia kauppaa varten. Tällaisia liitteitä ovat esimerkiksi kiinteistön vuokrasopimuksen kopio. (DIAS, 2023n)

5 Tutkimuksen toteutus

5.1 Tutkimustapojen esittely ja tutkimusstrategian perustelu

Työn tutkimusosuus toteutettiin niin pankin rahoitusneuvojen osalta kuin asiakkaiden osalta laadullisena tutkimuksena. Aineistonkeruumenetelmänä käytettiin puolistrukturoitua verkkokyselyä, jossa määrällisten kysymysten lisäksi on useampi tarkentava avoin kysymyskenttä. Kyselyn vastaajiksi pyrittiin samaan mahdollisimman monipuolinen joukko vastaajia: työntekijäpuolelta suhteellisen tuoreesta tekijästä konkariin ja asiakkaiden osalta sekä ensiasunnon ostajia ja jo aiemmin asuntokauppoja tehneitä asiakkaita. Vastaajien

joukkoon pyrittiin saamaan myös maantieteellistä hajautusta, jotta myös alueellisia eroja voidaan arvioida. Kyselytutkimuksen kohderyhmänä pankin toimihenkilöiden osalta olivat Pankki X:n rahoitusneuvojat ja asiakkaiden osalta tutkimuksessa yhteistyökumppanina toimivan kiinteistönvälitysyrityksen ostaja-asiakkaat, jotka ovat tehneet digitaalisen asuntokaupan. Lisäksi tehtiin yksi yksilöhaastattelu henkilölle, joka vastaa digitaalisten asuntokauppojen toteuttamisesta niin sanotusti ”Back-office -henkilönä”. Asiakkaiden kyselytutkimus toteutettiin yhteistyössä Muutos LKV:n kanssa, jossa työskentelee reilut kolmekymmentä kiinteistönvälittäjää. He toimittivat tutkimukseen suostumuksensa antaneille asiakkaille asuntokaupan jälkeen linkin verkkokyselyyn sen täyttämiseksi.

Asiakkaiden kyselytutkimuksen tavoitteena oli saada selville asiakkaan näkökulmat, mahdolliset ongelmakohdat, kehitysideat, suositteluaste ja heidän kokema vaivannäkö digitaalisen asuntokaupan prosessista osana asunnonostajan polkua. Rahoitusneuvojen kyselytutkimuksen tavoitteena oli selvittää heidän näkemyksiään, kokemuksiaan ja olettamuksiaan niistä asioista, jotka prosessissa vaikuttavat asiakaskokemukseen. Kysymykset kyselyissä teemoiteltiin hyvän asiakaskokemus -nelikentän mukaisesti analyysivaihetta helpottamaan.

Tutkimustulosten analysointi toteutettiin avointen kysymysten osalta laadullisena analyysinä kokonaisvaltaisen käsityksen muodostamiseksi. Saatu aineisto teemoiteltiin valitun teorian (hyvän asiakaskokemuksen nelikenttä) mukaisesti. Näin jokaisesta avoimesta vastauksesta saadaan tuotua esille tärkeimmäksi nousevat asiat kyseiseen teemaan liittyen. Kyseistä teemaa käsittelevä osuus koottiin yhteen ja sitä kautta pyritään löytämään vastaukset esitettyihin tutkimuskysymyksiin. Määrällisten kysymysten vastaukset esitetään havainnollisesti numeerisessa muodossa tai saadut tulokset avataan sanallisesti.

Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus on tutkimusmenetelmä, jonka avulla pyritään ymmärtämään kokonaisvaltaisesti kohteen laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä. Laadulliseen tutkimukseen aineistoa voidaan hankkia usealla erilaisella aineistonhankintamenetelmällä. Yhdistävänä tekijänä näissä eri aineistonhankintamenetelmissä on näkökulmat, jotka keskittyvät kohteen esiintymisympäristöön ja taustaan, kohteen tarkoitukseen ja merkitykseen sekä ilmaisuun ja kieleen. (Koppa, 2021) Teemoittelu on yksi laadullisen

analyysin perusmenetelmistä ja siinä saadusta tutkimusaineistosta pyritään löytämään keskeisiä teemoja. Teemoja ovat sellaiset aiheet, jotka toistuvat aineistossa. (Koppa, 2016) Tässä työssä avoimista vastauksista teemoiteltiin aineistosta nousevia toistuvia kokemuksia ja asioita.

5.2 Opinnäytetyön toimeksiantajan esittely (Pankki X)

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii eräs Suomessa toimiva pankki, joka toimii yleispankkina neljällä liiketoiminta-alueella: henkilöasiakkaat, yritysasiakkaat, suuryritykset ja instituutiot sekä varallisuuden hoito. Pankin kotipaikka on Suomessa ja sen toimintaa valvoo Finanssivalvonta.

Pankki X on panostanut vahvasti digitalisaation kehittämiseen ja sitä voidaan pitää niin Suomessa kuin globaalistikin digitalisaation edelläkävijänä pankkisektorilla. Se on saanut tunnustusta muun muassa pankkien digitaalisia palveluita vuosittain vertailevassa arvioinnissa ja pankin mobiilipankki on arvioitu kärkisijoille sovelluskauppojen arvioinneissa. Pankin digitaalinen asiointi on kasvanut merkittävästi viime vuosina. Esimerkiksi kirjautumiskerrat digitaalisiin kanaviin ovat kasvaneet kahdeksan vuosineljänneksen aikana (Q1/2020 – Q4/2021) huimat 39 % ollen yli 90 miljoonaa kuukaudessa. Pankki X:n tavoitteena vuoteen 2025 mennessä on tavoittaa noin miljoona uutta digiasiakasta, mahdollistaa itsepalvelutyökalujen hyödyntämisen kaikkien pankkiasioiden hoitoon ja varmistaa, että kaikki tuotteet ja palvelut löytyvät yhdestä paikasta.

Henkilöasiakkaat -liiketoiminta-alue on pankin liiketoiminta-alueista suurin niin tuottojen kuin henkilöstön määrällä mitattuna. Henkilöasiakkaat -liiketoiminta-alue tarjoaa henkilöasiakkaille neuvontaa, sujuvan päivittäisasiointin ja kattavan valikoiman rahoituspalveluita päivittäisiin rahoitustarpeisiin. Asiakkaita palvelee niin puhelimitse, verkkotapaamisissa, konttoreissa kuin verkko- ja mobiilipankissa. Tavoitteena kohtaamisissa on kanavasta riippumatta tarjota aina upeita asiakaskokemuksia.

Tämän esittelyn lähteinä on hyödynnetty kohdeyrityksen virallisia sivuja ja virallisia raportteja vuodelta 2022, joita tässä työssä ei kuitenkaan yksilöidä kohdeyrityksen anonyymiteetin suojaamiseksi. Työssä kohdeyrityksestä käytetään nimitystä Pankki X.

5.3 Yhteistyökumppanin esittely (Muutos LKV esittely)

Asiakaskysely toteutettiin yhteistyössä Muutos LKV -kiinteistönvälitysyhtiön kanssa.

Muutos LKV toimii Pirkanmaan alueella ja tarjoaa kiinteistönvälityspalvelua niin kodin osto-, myynti- ja vuokraustarpeissa. Palvelu kattaa myös kesämökkien ja loma-asuntojen välityksen. Lisäksi yritys tarjoaa toimitilavälitystä. Yritys on toiminut vuodesta 2012 alkaen, ensin Huom! kiinteistönvälitys Tampere -brändin alla ja alkuvuodesta 2022 lähtien, Huom! -tuotemerkin toiminnan päättymisen jälkeen, Muutos LKV -nimellä. Muutos LKV:llä on tällä hetkellä reilu kolmekymmentä ammattitaitoista välittäjää ja sen toimisto sijaitsee Tampereella. Viralliselta nimeltään yritys on Pirkanmaan Laatuviälitys Oy. (Muutos LKV, n.d.-a; Muutos LKV, n.d.-b; Muutos LKV, 2021)

Muutos LKV:n nimen taustalla on yrityksen olemassaolon tarkoitus – olla mukana auttamassa ihmisiä heidän elämänsä suurissa päätöksissä ja muutoskohdissa, joista yksi on asunnon ostaminen ja myyminen. Yrityksen slogan: ”Kun kaipaat jotain pysyvää” kertoo yrityksen toisesta tärkeästä tavoitteesta – halusta olla mukana asiakkaan pysyvänä kumppanina hänen elämässään silloin, kun elämäntilanteet muuttuvat. (Muutos LKV, n.d.-a; Muutos LKV, n.d.-b)

Muutos LKV on ollut mukana myymässä 9848 kohdetta ja lähes 4000 asiakaspalautteen perusteella asiakastyytyväisyys on erinomaisella tasolla ollen 4,8/5 (tilanne 18.5.2023) Muutos LKV, n.d.-a; Muutos LKV, n.d.-b) Se haluaa tarjota asuntokauppaan parhaan mahdollisen hinnan lisäksi helppoutta, nopeutta ja turvallisuutta (Muutos LKV, 2021). Muutos LKV tarjoaa mahdollisuuden tehdä asuntokauppaa perinteisen asuntokaupan lisäksi myös digitaalisena asuntokauppana DIAS-palvelun kautta. Muutos LKV:n kautta toteutettiinkin Suomen ensimmäinen DIAS-kiinteistökauppa. (Muutos LKV, 2022)

6 Tutkimustulokset

6.1 Digitaalisia kauppoja hoitavan ”Back-office -henkilön” haastattelu

Digitaalisia asuntokauppoja hoitavan niin sanotun ”Back-office -henkilön” haastattelu toteutettiin puolistrukturoituna teemahaastatteluna lokakuussa 2022. Haastattelurunko sisälsi lähtötietojen lisäksi seitsemän teemaa, joiden alla oli yhteensä 20 kysymystä. Tämä haastattelu toimi pääasiassa taustatietona opinnäytetyöntekijälle, jotta opinnäytetyöntekijä tietää, miten prosessi hoituu ja etenee pankin sisällä. Tuloksia ei sen enempää analysoida tässä raportissa, vaan keskitytään rahoitusneuvojien ja asiakkaiden kyselytutkimusten tuloksiin.

6.2 Digitaalisen asuntokaupan käyttäjäkokemus

Asiakkaiden osalta kyselytutkimus toteutettiin Muutos LKV:n kautta. Kyselyn mukana toimitettiin vastaajille saatekirje. Vastaukset kyselyyn annettiin anonyymisti. Asiakkaiden kyselytutkimus sisälsi 47 kysymystä, joista 36 oli monivalintakysymystä tai asteikkoon perustuvaa likert-kysymystä/väitettä ja 11 avointa kysymystä, joista osa tarkentavia kysymyksiä monivalintakysymyksiin. Kyselytutkimuksen arvioitu vastausaika oli noin viisi minuuttia. Toteutunut vastausaika oli keskimäärin 7 min 23 s. Kyselyitä lähti kaikkiaan 31 kappaletta, joihin saatiin vastauksia viisi kappaletta. Vastausaikaa kyselyssä oli yhteensä lähes viisi viikkoa ja sitä jatkettiin viikolla alkuperäisestä vähäisen vastausmäärän vuoksi.

Rahoitusneuvojien kysely lähetettiin sisäisesti sähköpostilla Pankki X:n yhden toimipaikan rahoitusneuvojille. Kyselyn mukana oli mukana saatekirje. Vastaukset kyselyyn annettiin anonyymisti. Kyselytutkimus sisälsi 48 kysymystä, joista 30 oli monivalintakysymystä tai asteikkoon perustuvaa likert-kysymystä/väitettä ja 18 avointa kysymystä, joista osa tarkentavia kysymyksiä monivalintakysymyksiin. Arvioitu vastausaika kyselyyn oli noin 10 minuuttia. Toteutunut vastausaika oli keskimäärin 11min 56 s. Kyselyitä lähti kaikkiaan 37 kappaletta ja vastauksia saatiin 13 kappaletta. Vastausaikaa annettiin yhteensä lähes 1,5 viikkoa. Kyselyn osalta lähetettiin yksi muistutus.

Koska vastauksia on sen verran vähän (molemmissa) tutkimuksissa, ei tutkimustulosten esittämisessä tehdä vertailua esimerkiksi iän tai sukupuolen mukaan vastaajien anonymiteetin suojaamiseksi. Saadut tulokset esitetään vertailemalla asiakkailta ja rahoitusneuvojilta saatuja vastauksia toisiinsa kysymys- ja aihepiireittäin. Kyselyn alussa asuntokaupan tehneiltä asiakkailta ja pankin rahoitusneuvojilta kysyttiin muutamia taustakysymyksiä, jotka esitetään seuraavassa kahdessa alakappaleessa. Tämän jälkeen tulokset esitetään aina aihealueittain hyvän asiakaskokemus -nelikentän mukaisesti jaoteltuna. Lisäksi aihealueiksi valikoitui henkilökohtaisuus sekä rahoitusneuvojien osalta asiakaskokemuksen johtaminen.

Kaikissa likert-tyyppin väittämissä tai kysymyksissä vastausasteikko on välillä 1-5.

Vastausvaihtoehdot esimerkiksi: 1=Vahvasti eri mieltä, 2=Eri mieltä, 3=En samaa enkä eri mieltä, 4=Samaa mieltä, 5=Vahvasti samaa mieltä tai 1=Hyvin vaikeaa, 2=Vaikeaa, 3= Ei helppoa eikä vaikeaa, 4=Helppoa, 5=Hyvin helppoa.

Tulokset on avattu sanallisesti raporttiin kaikkien kysymysten osalta. Osasta on myös esitetty havainnollistamaan saatuja tuloksia. Sanallisessa analyysissä suluissa mainitut luvut, ovat vastaajien määrät per vastausvaihtoehto. Esimerkiksi: ”Asiakkaiden osalta asia x koettiin tärkeäksi (2) tai hyvin tärkeäksi (3)”, jolloin numero 2 tarkoittaa kahta vastaajaa ja numero 3 kolmea tämän vastausvaihtoehdon valinnutta. Esitetyissä kuvissa useimmiten ylempänä oleva diagrammi on asiakkaiden ja alapuolella oleva asiakkaiden vastaus, muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta.

6.2.1 Taustakysymykset asiakkaat

Ikä, sukupuoli ja paikkakunta. Vastaajista kaksi olivat iältään 18–30-vuotiaita, kaksi 31–40-vuotiaita ja yksi vastaaja 51–60 ikävuosien välissä. Vastaajista neljä oli naisia ja yksi vastaajista oli mies. Vastaajista kaikki kertoivat asuinpaikakseen Tampereen.

Ostettava asunto. Vastaajista kaikki olivat ostaneet asunnon yhdessä toisen kanssa. Yhdelle asuntokauppa oli ensimmäinen, kolmella kyseessä oli asunnonvaihtotilanne ja yksi vastaajista oli ostanut sijoitusasunnon. Kaikilla vastaajilla ostettu asunto oli asunto-osake.

Asunnonhankinnan rahoitus. Vastaajista kolmella asunnonhankintaan tuli rahoitus OP:stä, yhdelle Nordeasta ja yhdelle Danske Bankista. Kaikki olivat käyneet lainaneuvottelut verkko- ja/tai puhelintapaamisina ja allekirjoittaneet luottoasiakirjat digitaalisesti verkossa.

Kokemus digitaalisesta asuntokaupasta. Nyt tehty digitaalinen asuntokauppa oli kaikille vastaajille ensimmäinen kerta.

6.2.2 Taustakysymykset rahoitusneuvojat

Ikä ja työkokemus. Vastaajien ikähaarukka oli laaja ja vastauksia saatiin jokaisesta ikäryhmästä väliltä 18–70-vuotta. Myös vastaajien työkokemus vaihteli aina 1–2 vuodesta yli 10 vuoteen. Eniten vastaajia (6) oli yli 10 vuoden työkokemuksella olevien rahoitusneuvojien joukosta. Kuvassa 8 on esitetty vastaajien ikä ja työkokemus nykyisessä tehtävässä.

Kuva 18. Rahoitusneuvojien ikäjakauma ja työkokemus

1. Ikäsi (vuotta)

| | |
|---------|---|
| 18 - 30 | 2 |
| 31 - 40 | 3 |
| 41 - 50 | 2 |
| 51 - 60 | 4 |
| 61 - 70 | 2 |



2. Kuinka kauan olet toiminut nykyisessä tehtävässäsi?

| | |
|---------------|---|
| Alle 1 vuotta | 0 |
| 1-2 vuotta | 2 |
| 2-5 vuotta | 3 |
| 5-10 vuotta | 2 |
| yli 10 vuotta | 6 |



Kokemus digitaalisista asuntokaupoista. Vastaajista kaikki arvioivat olleensa mukana toteuttamassa yli 10 digitaalista asuntokauppaa, jossa ostettu kohde on ollut asunto-osake. Kaikki olivat olleet toteuttamassa myös digitaalista asuntokauppaa, jossa ostettu kohde on ollut kiinteistö, mutta siinä kokemukserroissa oli enemmän hajontaa. Vastaajista viisi arvioi olleensa mukana toteuttamassa alle 5 kauppaa ja niin ikään viisi vastaajaa arvioi olleensa mukana 5–10 digitaalisessa kiinteistökaupassa. Vastaajista kolme kertoi olleensa mukana yli 10 digitaalisessa asuntokaupassa, jossa ostettu kohde on ollut kiinteistö.

Rahoitusneuvojien arvio asiakkaiden iästä. Rahoitusneuvojilta kysyttiin myös arviota siitä, mikä heidän kokemuksensa mukaan on eniten digitaalisia asuntokauppoja tekevien asiakkaiden ikähaitari. Heidän arvionsa mukaan eniten digitaalisia asuntokauppoja tekevät 31–50-vuotiaat asiakkaat (12 vastausta). Yksi vastaajista arvioi asiakkaiden ikähaitarin olevan 18–30-vuotta. Asiakkaiden käyttäjätutkimukseen saadut vastaukset tukevat tätä

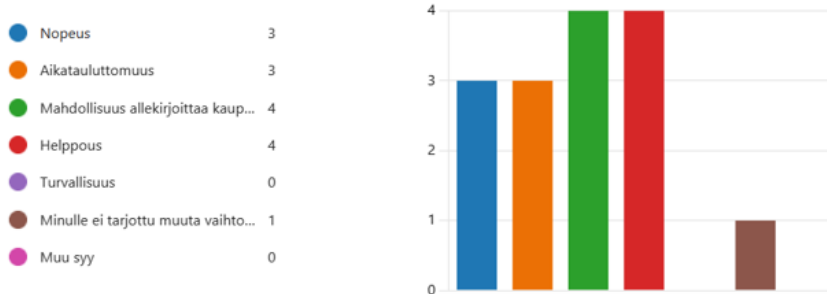
rahoitusneuvojen arviota, sillä vastauksista neljä viidestä (4/5) oli 18–40-vuotiailta. Toki asiakkaiden vähäisen vastausmäärän vuoksi, tätä ei voida yleistää.

6.2.3 Asuntokauppatavan valintaan vaikuttavat syyt

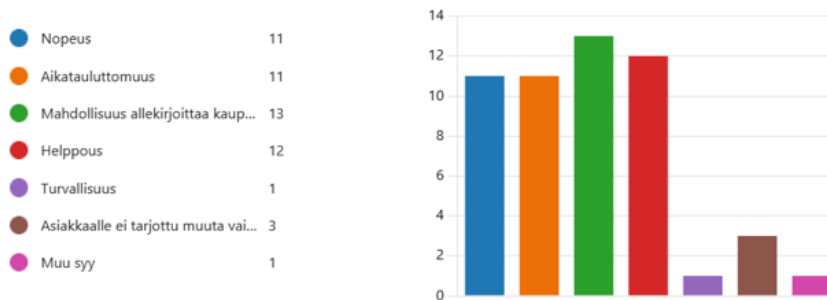
Sekä asiakkaiden että rahoitusneuvojen kyselyn alussa kysyttiin syitä sille, miksi asiakkaat valitsevat tavakseen tehdä asuntokaupan digitaalisena (Kuva 19). Sekä asiakkaiden että rahoitusneuvojen vastaukset ovat hyvin yhteneväisiä. Ehdottomasti tärkein syy valita kauppatavaksi digitaalinen asuntokauppa on se, että kauppakirjan allekirjoittaminen on mahdollista toteuttaa paikasta riippumatta. Asiakkaiden osalta yhtä tärkeäksi ja rahoitusneuvojen osalta lähes yhtä tärkeäksi koettiin asuntokaupan helppous. Myös nopeus ja aikatauluttomuus olivat merkittäviä syitä kauppatavan valinnassa niin asiakkaiden oman kokemuksen kuin rahoitusneuvojen arvioiden mukaan. Asiakkaiden vastauksista ilmenee, että yksi vastaaja kokee, että hänelle ei tarjottu muuta vaihtoehtoa. Myös rahoitusneuvojen vastauksista tulee ilmi, että näin voi silloin tällöin olla. Rahoitusneuvojen vastauksissa myös digitaalisen asuntokaupan turvallisuus nousee esille yhden vastaajan vastauksessa. Rahoitusneuvojista oli kaksi valinnut vaihtoehdoksi muun syyn, joista toinen vastaaja oli täsmentänyt syytä: ”Ei tarvitse mennä konttoriin, kaiken voi hoitaa kotoa käsin”.

Kuva 19. Digitaalisen asuntokaupan valintaan vaikuttavat syyt.

12. Valintaani tehdä asuntokauppa digitaalisena vaikuttivat seuraavat syyt
(Voit valita useita)



6. Mitkä ovat mielestäsi tärkeimmät syyt siihen, että asiakkaat valitsevat kauppatavaksi digitaalisen asuntokaupan?
(Voit valita useita)



Rahoitusneuvojilta kysyttiin lisäksi syitä siihen, mikäli asiakkaat päättävät olla valitsematta digitaalista asuntokauppaa kauppatavaksi. Vastaajista 12 oli vastannut kysymykseen, jossa vastausvaihtoehto oli avoin. Ehdottomasti eniten vastauksissa esiintyi syyksi digitaalisten puutteellisuus tai luottamuksen puute omaan osaamiseen digitaalisten osalta. Vastaajista jopa 7 oli maininnut tämän syyksi. Lisäksi kaksi vastaajaa mainitsi syyksi verkkopankkitunnusten puuttumisen kokonaan. Kahdessa vastauksessa mainittiin myös ikäihmiset. Kahdessa vastauksessa mainittiin syyksi se, että asiakkaat kaipaavat henkilökohtaisuutta eli haluavat tehdä kaupan ihmisen kanssa tai haluavat pankinedustajan turvaksi kaupantekoon. Yhdessä vastauksessa mainittiin syyksi se, että digitaalinen asuntokaupan edellytykset eivät täyty. Lisäksi mainittiin kulut, aikataulu, välittäjän vaikutus kauppatavan valintaan sekä konservatiiviset henkilöt.

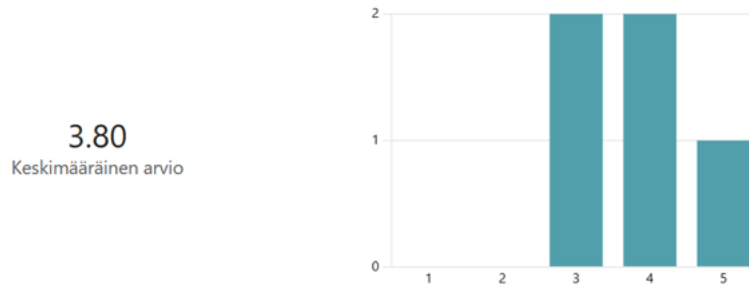
6.2.4 Saavutettavuus

Asiakkaiden kokemuksia saavutettavuuden osalta kartoitettiin neljällä eri väittämällä. Rahoitusneuvojilta saavutettavuutta asiakkaan näkökulmasta kartoitettiin samaan tapaan, mutta palvelualustan saavutettavuuden osalta väittämä oli tarkennuksena jaettu kahteen eri kysymykseen (asunto-osakekaupan palvelualusta ja kiinteistökaupan palvelualustat), joten näin ollen rahoitusneuvojilla väitteitä oli viisi.

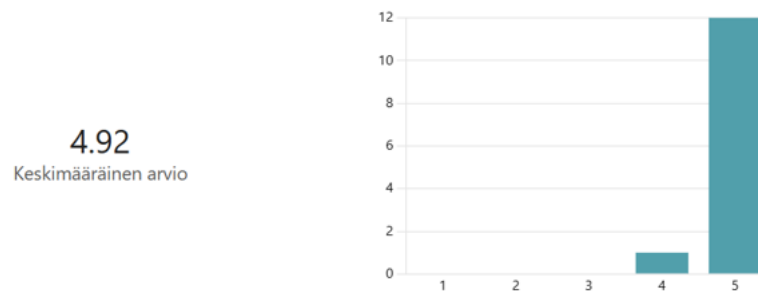
Asiakkaista **mahdollisuuden sähköiseen asiointiin** koki erittäin tärkeäksi yksi vastaaja, tärkeäksi kaksi vastaajaa ja neutraalin vaihtoehdon olivat valinneet kaksi vastaajaa. Näin ollen keskimääräinen arvio väitteelle on 3,80. Rahoitusneuvojista yhtä lukuun ottamatta kaikki arvioivat mahdollisuuden sähköiseen asiointiin olevan asiakkaille erittäin tärkeää. Keskimääräinen arvio väitteelle rahoitusneuvojen osalta on 4,92 (Kuva 20). Vastausten perusteella rahoitusneuvojat arvioivat sähköisen asioinnin mahdollisuuden jonkin verran tärkeämmäksi, mitä se asiakkaiden mielestä on. Tähän voi syynä olla se, että sähköinen asiointi ja digitaalisuus on rahoitusneuvojille tutumpaa ja arkipäiväisempää kuin asiakkaille, jonka vuoksi myös tärkeys arvioidaan suuremmaksi.

Kuva 20. Sähköisen asioinnin mahdollisuuden tärkeys.

14. Mahdollisuus sähköiseen asiointiin oli minulle tärkeää (0 piste)



11. Kuinka tärkeää asiakkaalle on mielestäsi se, että hänellä on mahdollisuus sähköiseen asiointiin?



Asuntokaupassa käytetyn **digitaalisen asuntokaupan palvelualusta** oli asiakkaiden mielestä erittäin helposti (3) tai helposti (1) löydettävissä (Kuva 21). Ainoastaan yksi vastaaja oli antanut arvosanan 3 eli neutraalin vastausvaihtoehdon. Koska kaikki vastaajat olivat ostaneet asunto-osakkeen, oli heidän käyttämänsä asuntokaupan palvelualustana DIAS-palvelualusta ja näin ollen kaikki vastaukset kohdistuivat DIAS-palvelualustaan. Rahoitusneuvojista kaikki vastaajat arvioivat asunto-osakekaupassa käytettävän DIAS-palvelualustan olevan erittäin helposti (7) tai helposti löydettävissä (6). Kiinteistökaupassa käytettävät DIAS ja KVP-palvelualustat olivat rahoitusneuvojien arvion mukaan myös helposti löydettävissä, mutta ei ihan niin hyvin kuin pelkkä DIAS-palvelualusta. Vastaajista seitsemän oli väittämän kanssa samaa mieltä eli arvioi palvelualustat helposti löydettäväksi, vastaajista neljä arvioi erittäin helposti löydettäväksi ja kaksi vastaajaa oli valinnut neutraalin vaihtoehdon.

Kuva 21. Palvelualustan helppo löydettävyys.

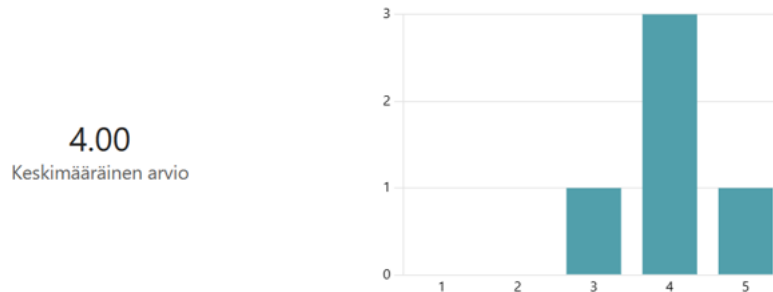


Mahdollisuus käyttää palvelua 24/7 oli asiakkaille tärkeää (3). Erittäin tärkeäksi asian koki yksi (1) vastaajista ja yksi (1) vastaaja valitsi neutraalin vastausvaihtoehdon.

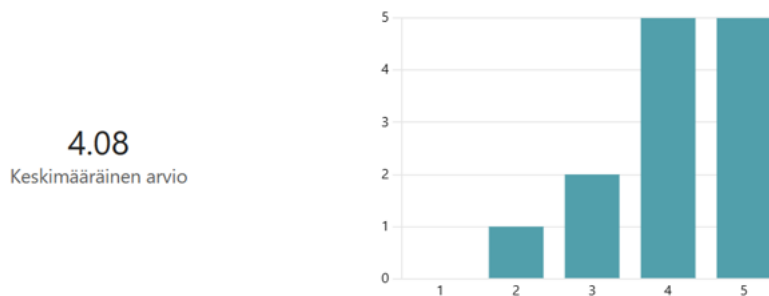
Rahoitusneuvojien arvioissa oli enemmän vaihtelua: vastaajista kymmenen arvioi 24/7 saatavuuden olevan tärkeää tai erittäin tärkeää. Kaksi vastaajista arvioi tärkeyden neutraaliksi ja yksi vastaaja arvioi ei niin tärkeäksi. Kaiken kaikkiaan sekä asiakkaat että rahoitusneuvojat arvioivat mahdollisuuden 24/7 palvelun käyttöön keskiarvoltaan lähes samalle tasolle (Kuva 22).

Kuva 22. Mahdollisuus käyttää palvelua 24/7.

16. Minulle oli tärkeää, että palvelun käyttö on mahdollista 24/7



12. Kuinka tärkeää asiakkaalle on mielestäsi se, että palvelun käyttö on mahdollista 24/7?

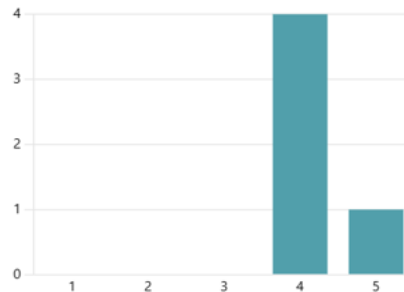


Digitaalisen asuntokauppapalvelun käyttö paikasta riippumatta koettiin asiakkaiden mielestä joko tärkeäksi (4) tai erittäin tärkeäksi (1). Rahoitusneuvojat arvioivat paikkariippumattomuuden olevan asiakkaille erittäin tärkeää lähes kaikkien vastaajien mielestä (11). Kaksi muuta rahoitusneuvojaa arvioivat hekin asian olevan asiakkaille tärkeää, vaikka eivät arvioineet sen olevan erittäin tärkeää (Kuva 23).

Kuva 23. Mahdollisuus palvelun käyttöön paikasta riippumatta.

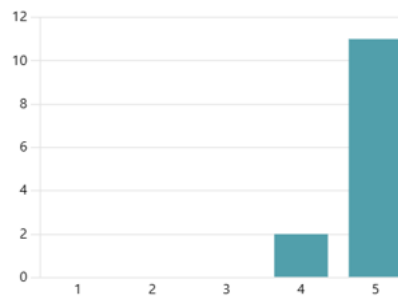
17. Minulle oli tärkeää, että palvelun käyttö on mahdollista paikasta riippumatta

4.20
Keskimääräinen arvio



13. Kuinka tärkeää asiakkaalle on mielestäsi se, että palvelu on käytettävissä paikasta riippumatta?

4.85
Keskimääräinen arvio



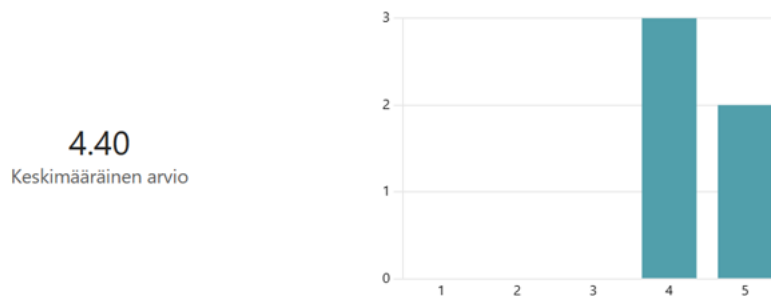
6.2.5 Prosessin sujuvuus

Prosessin sujuvuutta kartoitettiin asiakkaiden kyselyssä neljän väittämän avulla. Lisäksi haluttiin selvittää, millaista ohjeistusta he ovat saaneet välittäjältä ja pankilta digitaalisen asuntokaupan osalta. Tätä varten oli kaksi monivalintakysymystä sekä kaksi avointa kysymystä lisätietoja varten. Rahoitusneuvojen osalta prosessin sujuvuutta asiakkaan kannalta kartoitettiin kahden väittämän avulla. Lisäksi kartoitettiin rahoitusneuvojen antamaa ohjeistusta kahdella monivalintakysymyksellä ja kahdella avoimella kysymyksellä lisätietojen antamiseksi sekä kahdella väittämällä heidän näkemystään asiakkaiden tyytyväisyyteen ohjeistuksen osalta.

Asiakkaiden mielestä **digitaalinen asuntokaupprosessi oli kokonaisuudessaan sujuvaa (3)** tai erittäin sujuvaa (2). Myös rahoitusneuvojien mielestä prosessi on asiakkaan näkökulmasta sujuvaa (7) tai erittäin sujuvaa (6) (Kuva 24). Prosessin sujuvuuden osalta ei ole siis havaittavissa ongelmia.

Kuva 24. Digitaalisen asuntokaupprosessin sujuvuus.

18. Digitaalinen asuntokaupprosessi kokonaisuudessaan oli mielestäni sujuvaa



14. Digitaalinen asuntokaupprosessi on asiakkaan näkökulmasta

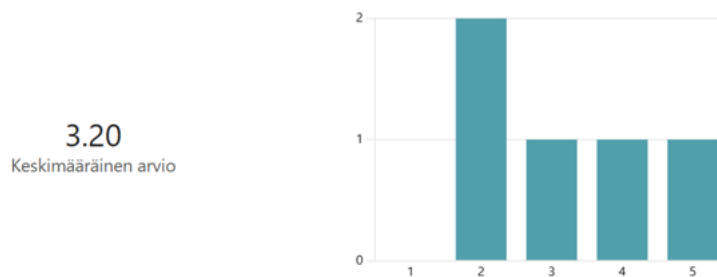


Toisessa väittämässä kartoitettiin asiakkaiden näkemystä siitä, että oliko heillä **prosessin aikana selkeä kuva digitaalisen asuntokaupprosessin etenemisestä** (Kuva 25). Tässä kokemukset vaihtelivat. Kaksi vastaajaa oli sitä mieltä, että heillä ei ollut selkeää näkemystä prosessin etenemisestä. Yksi vastaajista oli sitä mieltä, että hänellä oli erittäin selkeä näkemys, yhdellä vastaajista oli selkeä näkemys ja yksi antoi neutraalin vastauksen. Myös rahoitusneuvojien vastauksen tämän väittämän osalta vaihtelivat. Suurimman osan mielestä asiakkailla on erittäin selkeä (5) tai selkeä (4) näkemys prosessin etenemisestä, mutta yksi

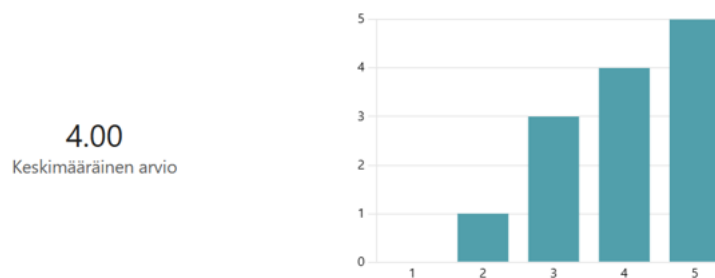
vastaajista arvioi, että asiakkaiden näkemys ei ole selkeää. Kolme vastaajista oli valinnut neutraalin vaihtoehdon. Joko he eivät osaa arvioida asiaa tai asiakkaiden näkemys vaihtelee asiakkaittain. Tässä asiakkaiden arvio prosessin etenemisen selkeydestä on vähäisempää kuin mitä rahoitusneuvojat arvioivat sen olevan. Ehkäpä tämän asian viestintää asiakkaiden suuntaan voisi parantaa ja varmistaa, että asiakkailla olisi jatkossa selkeämpi näkemys prosessin etenemisestä.

Kuva 25. Digitaalisen asuntokauppaprosessin etenemisen selkeys.

19. Minulla oli prosessin aikana selkeä näkemys siitä, miten digitaalinen asuntokauppaprosessi etenee



15. Asiakkailla on prosessin aikana selkeä näkemys siitä, miten digitaalinen asuntokauppaprosessi etenee



Asiakkaan **tyytyväisyys saamaansa ohjeistukseen digitaaliseen asuntokauppaprosessiin liittyen** (Kuva 26) oli pankin osalta keskimääräistä, keskiarvo arvion ollessa 3,40. Yksi vastaajista ei ole lainkaan tyytyväinen pankista saamaansa ohjeistukseen ja yksi vastaajista ei osannut arvioida tai ei ollut kumpaakaan mieltä. Välittäjien antamaan ohjeistukseen olivat kaikki joko tyytyväisiä (3) tai erittäin tyytyväisiä (2) ja näin ollen vastausten keskiarvo on

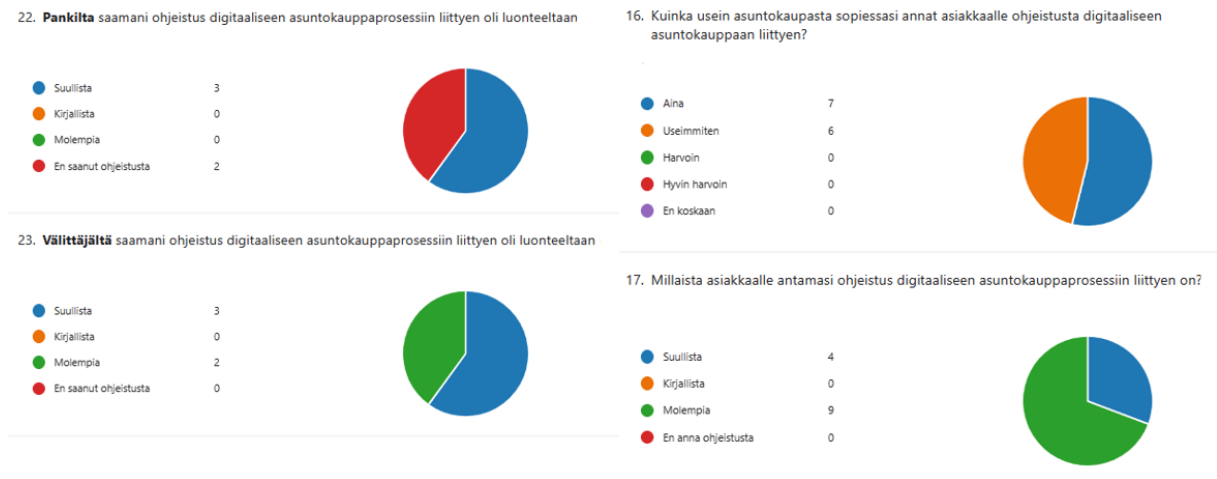
numeron parempi kuin pankin ollen 4,40. Rahoitusneuvojen osalta yhtä vaille kaikki arvioivat asiakkaiden olevan tyytyväisiä (4) tai erittäin tyytyväisiä (8) pankista saamaansa ohjeistukseen. Välittäjien antamaan ohjeistukseen rahoitusneuvojat arvioivat asiakkaiden olevan suhteellisen tyytyväisiä. Suurin osa vastaajista arvioi asiakkaiden olevan välittäjien antamaan ohjeistukseen tyytyväisiä (8) tai erittäin tyytyväisiä (1), mutta myös neutraaleja vastauksia on annettu (3) ja yhden vastaajan kokemus on, että saatuun ohjeistukseen ei olla tyytyväisiä.

Kuva 26. Tyytyväisyys saatuun ohjeistukseen digitaaliseen asuntokauppaan liittyen.



Asiakkaiden saama ohjeistus digitaaliseen asuntokauppaan liittyen oli luonteeltaan pankin osalta suullista (3). Välittäjältä saatu ohjeistus oli joko suullista (3) tai sekä suullista että kirjallista (2). Jokainen vastaaja oli saanut välittäjältä jonkinlaista ohjeistusta. Kaksi vastaajista ei saanut lainkaan ohjeistusta pankistaan. Rahoitusneuvojista kaikki kertoivat antavansa asiakkaille ohjeistusta, seitsemän antaa ohjeistusta aina ja kuusi useimmiten. Rahoitusneuvojen antama ohjeistus on useimmiten sekä suullista että kirjallista (9) ja vähintään suullista (4). Kuvassa 27 on esitetty asiakkaiden (vasemmalla puolella) ja rahoitusneuvojen vastaukset (oikealla puolella).

Kuva 27. Ohjeistus digitaaliseen asuntokauppaan liittyen.



Avoimella jatkokysymyksellä asiakkaille haluttiin tietää enemmän, **millaista saatu ohjeistus on ollut**. Tähän vastauksen antoi neljä vastaajaa. Asiakkaat kertoivat ohjeistuksen olevan ohjeistusta käytännöistä ja prosessin etenemisestä suullisesti puhelimitse. Yksi vastaaja kertoi saaneensa ”Lyhyen ja ytimekkään kuvauksen suullisesti, varsinaiset ohjeet kirjallisesti”. Toisella avoimella kysymyksellä haluttiin selvittää **asiakkaiden toiveita ohjeistukseen liittyen**. Vastauksen olivat tähän antaneet kolme vastaaja, joista yksi oli tyytyväinen saamaansa ohjeistukseen. Toinen vastaaja olisi kaivannut tarkempaa tietoa aikatauluista ja kolmas vastaaja olisi halunnut saada tietoa kauppaprosessin aikana siitä, missä vaiheessa prosessi menee ja sitä kautta lisätietoa kaupan etenemisestä.

Rahoitusneuvoja pyydettiin avoimella jatkokysymyksellä kertomaan tarkemmin, **millaista tai mitä ohjeistusta he asiakkaille antavat**. Kysymykseen vastasi 12 rahoitusneuvojaa. Vastauksissa ehdottomasti yleisin esiintyvä teema oli kauppaprosessin kulku ja kaupan vaiheiden läpikäynti yhdessä asiakkaan kanssa. Tämä teema mainittiin jopa kahdeksassa vastauksessa. Lisäksi neljä mainitsi käyvänsä tarkemmin läpi allekirjoitusohjeistusta ja sitä, koska asiakkaan toimia tarvitaan. Neljä vastaajaa mainitsi hyödyntävänsä Pankki X:n valmista esitettä ja/tai sisäisiä ohjeita. Lisäksi yksi kertoi käyvänsä läpi pankin roolia kauppaprosessissa, toinen kertoo, miten kauppa eroaa fyysisestä asuntokaupasta ja kolmas kertoo toisinaan vastaavansa asiakkailta tuleviin tarkentaviin kysymyksiin esimerkiksi rahaliikenteen hoitamiseen ja osakekirjan siirtämiseen liittyen. Rahoitusneuvojilta kysyttiin

lisäksi toisella avoimella kysymyksellä **kehitysideoita annettavaan ohjeistukseen liittyen**. Tähän kysymykseen vastasi yhdeksän (9) rahoitusneuvojaa. Kolme (3) vastaajista kokee nykyisen ohjeistuksen olevan riittävää. Kaksi (2) vastaajaa toivoo kuitenkin nykyiseen pankin ohjeistukseen hieman parannuksia: nykyinen ohje koetaan liian pitkäksi ja ehdotuksena on korvata se lyhyemmällä ja ytimekkäämmällä ohjeistuksella, jotta se on helpommin asiakkaan luettavissa. Vaihtoehtona esitettiin myös kopioitavaa viestipohjaa, jossa askelmerkit on kerrottu lyhyesti ja jonka voisi lähettää asiakkaalle nykyisen pitemmän digitaalisen asuntokaupan -esitteen saatteena. Lisäksi ohjeeseen toivottiin lisättävän maininta, että omarahoitusosuus tulee olla tilillä ennen kaupan aloittamista. Tämä toimisi muistutuksena asiakkaalle suullisen ohjeen lisäksi. Vastauksissa toivottiin myös, että DIAS-portaalin lisättäisiin ohjeet myös englanniksi. Pankki X:stä ohjeistus on saatavilla englanniksi. Lisäksi toivottiin, että asiakkaalle lähtisi automaattisesti ohjeet silloin, kun kauppa DIAS-portaalissa käynnistyy. Myös välittäjien suuntaan esitettiin muutama toive: myös heiltä annettaisiin asiakkaalle kirjallinen ohje ja välittäjät yrittäisivät olla hätäilemättä.

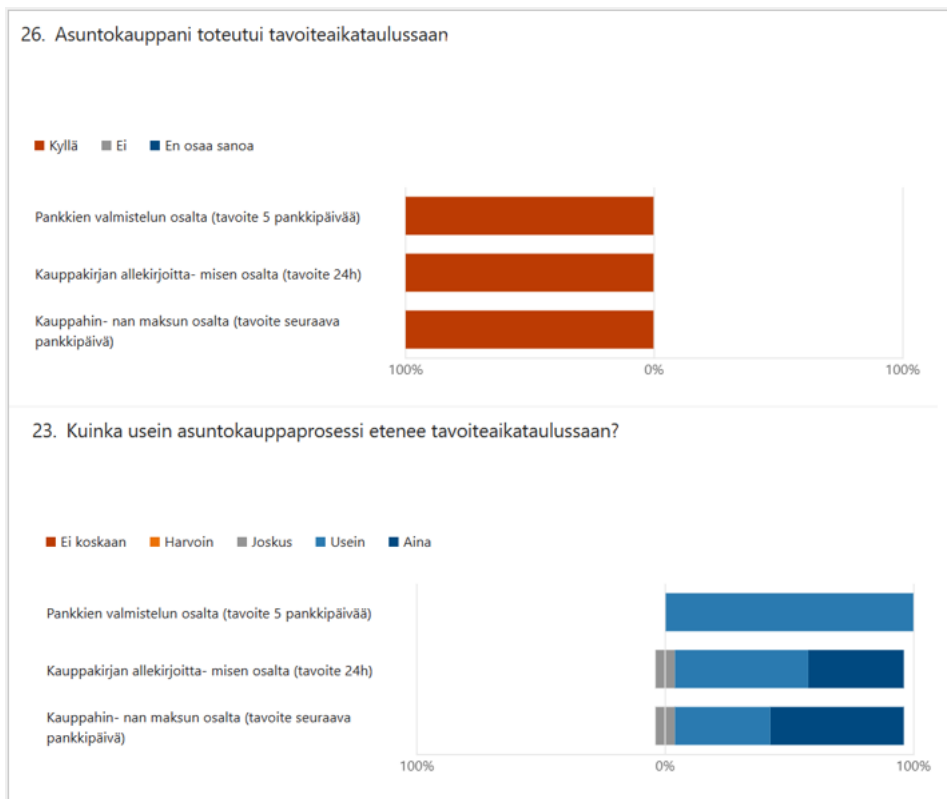
6.2.6 Nopeus

Digitaalisen asuntokaupprosessin nopeutta kartoitettiin asiakkaiden kyselyssä neljällä monivalintakysymyksellä sekä yhdellä tarkentavalla avoimella kysymyksellä.

Rahoitusneuvojien näkemystä prosessin nopeudesta kartoitettiin kahdella monivalintakysymyksellä sekä kolmella tarkentavalla avoimella kysymyksellä.

Ensin haluttiin selvittää, **kuinka asuntokauppa toteutuu DIAS-prosessissa sovittujen aikatauluraamien puitteissa** (Kuva 28). Kaikkien asiakkaiden asuntokaupat toteutuivat aikataulussaan niin pankkien valmistelun osalta (tavoite 5 pankkipäivää), kauppakirjan allekirjoittamisen osalta (tavoite 24h) kuin kauppahinnan maksun osalta (tavoite seuraava pankkipäivä). Samaa kysyttiin myös rahoitusneuvojilta. Kaikki rahoitusneuvojat arvioivat pankkien valmistelun toteutuvan aikataulussaan usein. Kauppakirjan allekirjoittaminen toteutuu aikataulussaan seitsemän vastaajan mielestä usein, viiden vastaajan osalta aina ja yhden vastaajan mielestä joskus. Kauppahinnan maksu arvioitiin toteutuvan aikataulun mukaisesti seitsemän vastaajan mielestä aina, viiden vastaajan mielestä usein ja yhden vastaajan näkemyksen mukaan joskus.

Kuva 28. Asuntokaupan tavoiteaikataulun toteutuminen.



Asiakkaiden osalta viiveitä ei esiintynyt, joten heiltä avoimeen kysymykseen viiveiden syistä ei saatu yhtään vastausta. Kuvassa 29 on esitetty rahoitusneuvojen avoimet vastaukset aihealueittain. Vastausten perusteella eniten viivettä aiheuttavat virheet tai epäselvyydet kauppakirjassa, aikatauluongelmat niin aikaa vaativien erikoistapausten vuoksi (esimerkiksi kuolinpesä), kuten aikatauluhaasteet esimerkiksi sen suhteen, että kauppa avataan DIAS-palveluun liian aikaisin ennen kuin lainan yksityiskohdista on ehditty pankin kanssa sopia. Myös esimerkiksi allekirjoitusongelmat tai kauppaan tarvittavien varojen puuttuminen voi hidastuttaa kauppaa.

Kuva 29. Yleisimmät syyt kauppaprosessin viivästymiseen.

| | |
|--|--|
| Aikatauluongelmat | Virheet/epäselvyydet kauppakirjassa |
| kuolinpesä vie enemmän aikaa | virheet kauppakirjassa |
| aikataulutusuongelma | virheet / epäselvyydet kauppakirjassa |
| täytevakuuden aikataulu | virheet kauppakirjassa |
| Laina-asioissa viivettä | Myyjän pankin toimet |
| lainadokumenttien puuttuminen | toisen pankin toimet |
| asiakas ei ole yhteydessä lainaneuvottelijaan | myyjän pankin toimet |
| Allekirjoitusongelmat | myyjän pankki ei ole tarkistanut |
| allekirjoitusongelmat | Muut |
| allekirjoitusongelmat | puutteelliset tiedot |
| Kauppan liian aikainen avaaminen | asiakas |
| kauppa avataan ennen kuin lainan yksityiskohdista on ehditty sopia | viive ostajan tai myyjän puolesta |
| kauppa avataan ennen kuin lainan yksityiskohdista on ehditty sopia | |
| Puuttuvat varat | |
| kaupassa tarvittava omaraahaosuus puutteellinen | |
| puuttuvat rahat | |

Rahoitusneuvojilta kysyttiin **lisäksi ongelmatilanteen ratkaisun helppoutta sekä ongelmatilanteen viivettä**. Useimmiten vastauksissa mainittiin, ettei ongelmia ole tullut (4 vastaajaa) ja jos niitä on tullut, on asia ratkennut auttamalla asiakasta esimerkiksi puhelimitse (1), avaamalla kauppa uudelleen DIAS-palveluun (1) tai välittäjän toimesta (1). Kahdessa vastauksessa tuli esille, että ongelmatilanteen selvittely vaatii ainakin yhden tai useamman kontaktin, joka vie aikaa jonkin verran. Rahoitusneuvojat arvioivat ongelmatilanteen aiheuttavan prosessiin useimmiten (5) noin 1–2 (pankki)päivän kestävän viiveen. Osa (3) arvioi viiveen kestävän noin 2–3 (pankki)päivää ja osa (3) arvioi viiveen olevan enintään yhden (pankki)päivän mittainen.

Kyselyssä haluttiin selvittää myös sitä, että **saako asiakas yhteyden pankkiinsa tai välittäjään riittävän nopeasti esimerkiksi ongelmatilanteissa tai muissa asuntokauppaprosessiin liittyvissä kysymyksissä** ja kumpi olisi se, **keneltä ensisijaisesti ohjeita halutaan** saada. Asiakkaista kolme vastaajaa koki saaneensa yhteyden pankkiin riittävän nopeasti ja kahdella vastaajalla ei ollut tarvetta yhteydenotolle. Välittäjään yhteyden koki saaneensa riittävän nopeasti neljä vastaajaa ja yhdellä ei ollut tarvetta yhteydenotolle. Vastaajista kolme toivoi saavansa ohjeita ensisijaisesti välittäjältä ja kaksi vastaajaa olisi halunnut saada ohjeita pankista. Rahoitusneuvojat arvelivat asiakkaan saavan yhteyden pankkiin riittävän nopeasti useimmiten (7) tai aina (4). Kaksi vastaajista arveli yhteydenoton tapahtuvan riittävän nopeasti joskus.

6.2.7 Asioinnin miellyttävyys

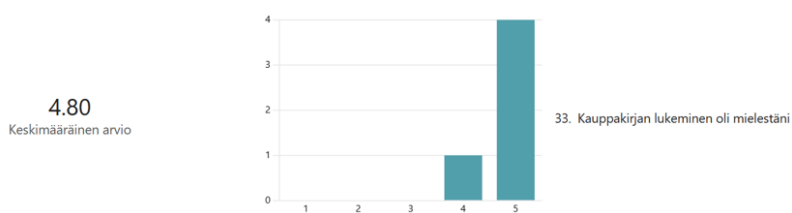
Asioinnin miellyttävyttä kartoitettiin asiakkaiden osalta viidellä väittämällä, yhdellä monivalintakysymyksellä sekä yhdellä tarkentavalla avoimella kysymyksellä.

Rahoitusneuvojilta asioinnin miellyttävyttä asiakkaan näkökulmasta kartoitettiin kolmella väittämällä, yhdellä monivalintakysymyksellä ja kahdella tarkentavalla avoimella kysymyksellä.

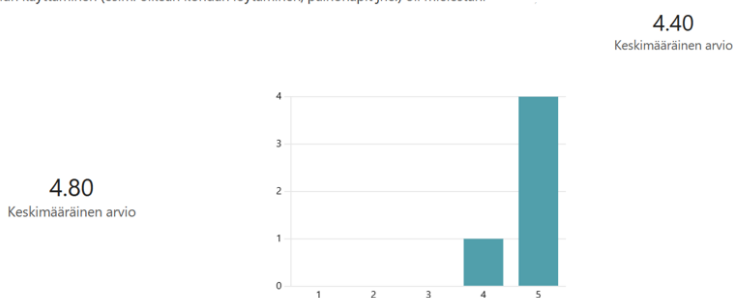
Asiakkaiden kyselyssä kartoitettiin heidän käyttämänsä **digitaalisen kauppaa-alustan (DIAS) käytettävyyttä** (Kuva 30 ja 31). Palveluun kirjautuminen ja palvelun käyttäminen (esimerkiksi oikean kohdan löytäminen) oli asiakkaiden mielestä hyvin helppoa (4) tai helppoa (1). Myös kauppakirjan lukeminen koettiin enimmäkseen hyvin helpoksi (3). Yksi vastaajista koki kauppakirjan lukemisen olevan helppoa ja yksi arvioi sen olevan ”Ei helppoa eikä vaikeaa”. Asiakirjojen allekirjoittaminen koettiin myös hyvin helpoksi (3) tai helpoksi (2). Kaupan etenemisen seuraaminen DIASin asiointipalvelun kautta jakoi enemmän mielipiteitä: kaksi vastaajista koki sen helpoksi, yksi hyvin helpoksi, yksi vaikeaksi ja yksi valitsi vastausvaihtoehdon ”Ei helppoa eikä vaikeaa”. Kukaan asiakkaista ei kokenut tarvitseensa apua kaupankäyntipalvelun käytössä.

Kuva 30. DIAS-palvelun käytettävyys (1).

31. Palveluun kirjautuminen oli mielestäni



32. Palvelun käyttäminen (esim. oikean kohdan löytäminen, painonapit jne.) oli mielestäni



33. Kauppakirjan lukeminen oli mielestäni

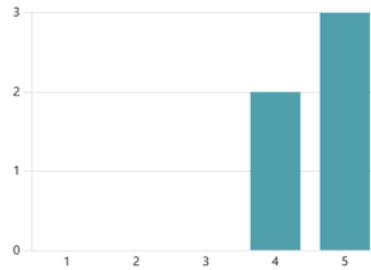


Kuva 31. DIAS-palvelun käytettävyys (2).

34. Asiakirjojen allekirjoittaminen oli mielestäni (0 piste)

Lisätietoja

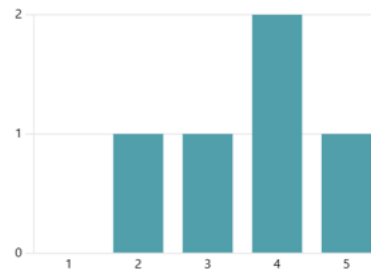
4.60
Keskimääräinen arvio



35. Kaupan etenemisen seuraaminen DIASin asiointipalvelussa oli mielestäni (0 piste)

Lisätietoja

3.60
Keskimääräinen arvio

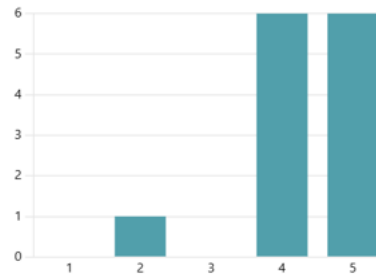


Rahoitusneuvojilta kysyttiin **digitaalisessa asuntokaupassa käytettävien palvelualustojen käytön vaivattomuutta asiakkaan näkökulmasta** (Kuva 32). Heidän arvionsa mukaan asunto-osakekaupassa käytettävän DIAS-palvelualustan käyttö on helppoa (6) tai hyvin helppoa (=6). Vain yksi vastaaja arvioi käytön olevan vaikeaa. Kiinteistökaupassa käytettävien DIAS- ja Kiinteistövähdannan palvelualustojen käyttö koettiin hieman vaikeammaksi. Vastaajista vain yksi arvioi käytön olevan hyvin helppoa. Suurin osa (9) arvioi käytön olevan helppoa. Yksi vastaaja arvioi käytön olevan vaikeaa ja yksi oli valinnut vaihtoehdon ”Ei helppoa eikä vaikeaa”.

Kuva 32. Digitaalisen asuntokaupan palvelualustojen käytön vaivattomuus.

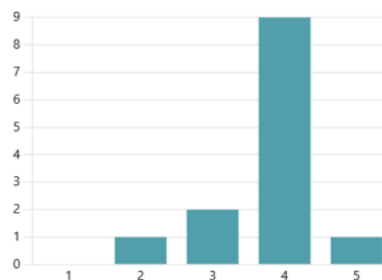
28. Kuinka vaivatonta asiakkaalle on asunto-osakekaupassa käytettävän DIAS-palvelualustan käyttö?

4.31
Keskimääräinen arvio



29. Kuinka vaivatonta asiakkaalle on kiinteistökaupassa käytettävien DIAS- ja KVP-palvelualustojen käyttö?

3.77
Keskimääräinen arvio



Käytön vaivattomuuden lisäksi rahoitusneuvojilta kysyttiin **asiakkailta saatua palautetta digitaaliseen asuntokauppaan liittyen**. Suurin osa (9) arvio palautteen olevan enimmäkseen positiivista. Vastaajista neljä arvioi saamansa palautteen olevan vain positiivista. Vain negatiivista, enimmäkseen negatiivista tai sekä positiivista että negatiivista palautetta ei kokenut kukaan saaneen asiakkailta. Avoimilla kysymyksillä (2kpl) kartoitettiin tarkemmin, **minkälaisista asioista asiakkaat olivat antaneet rahoitusneuvojille positiivista ja negatiivista palautetta digitaliseen asuntokauppaan liittyen**. Ehdottomasti eniten positiivista palautetta on tullut helpoudesta ja nopeudesta. Myös se, että asuntokauppa ei vaadi kulkemista konttorille tai vaadi yhteisten aikataulujen sovittamista on asiakkaiden mieleen. Negatiivisena palautteena mainittiin viive (2), jännitys uutta tapaa kohtaan, epäselvyys prosessin etenemisestä (välittäjän toimesta) tai kauppaan liittyen, hankaluus allekirjoittaa sähköisesti, kiinteistökaupan kankeus, kaupan kulut ja niihin liittyvä

epävarmuus, aikataulun ennakoimattomuus sekä arvostus fyysistä kaupankäyntiä ja paperista dokumenttien allekirjoitusta kohtaan. Kuvassa 33 on vielä ryhmiteltynä rahoitusneuvojen saamat positiiviset ja negatiiviset palautteet digitaalista asuntokauppaa kohtaan.

Kuva 33. Rahoitusneuvojen saama palaute digitaalisesta asuntokaupasta.

| POSITIIVINEN PALAUTE | |
|----------------------|---------------------------------|
| HELPPOUS | EI VAADI KULKEMISTA |
| Helppous | Ei tarvitse mennä konttorille |
| Helppous | Ei tarvitse mennä konttorille |
| Helppous | Ei vaadi kulkemista |
| Helppous | Ei vaadi kulkemista |
| Helppous | Ei paikkaan sidottua |
| Helppous | |
| Helppous | |
| Helppous | |
| NOPEUS | AIKATAULUTTOMUUS |
| Nopeus | Ei yhteisen ajan sopimista |
| Nopeus | Ei aikaan sidottua |
| Nopeus | Ei aikatauluja |
| Nopeus | |
| Nopeus | MUUT |
| Nopeus | Menee omalla painollaan |
| Nopeus | Intuitiivinen käyttöjärjestelmä |

| NEGATIIVINEN PALAUTE |
|--|
| Ei ole tullut |
| Ei ole tullut |
| Kauppaan liittyvä asia jäänyt epäselväksi kaupan osapuolilla, josta voi tulla puhetta myös pankin suuntaan |
| Jännitys uutta kohtaan |
| Viive |
| Sähköisen allekirjoituksen vaikeus (esim. ikäihmiset) |
| Arvostus fyysistä kaupankäyntiä kohtaan |
| Arvostus paperisia dokumentteja ja allekirjoituksia kohtaan |
| Välittäjä ei ole kertonut miten prosessi etenee |
| Kaupan kulut ja niihin liittyvä epäselvyys |
| Kiinteistökaupan kankeus |
| Prosessin viivästyminen |
| Aikataulun ennakoimattomuus |

Se, että erillistä kaupantekotilaisuutta ei tarvita on rahoitusneuvojen mielestä asiakkaille joko tärkeää (8) tai hyvin tärkeää (3). Ainoastaan yhden vastaajan mielestä sillä ei ole asiakkaalle merkitystä. Asiakkailta saadut positiiviset palautteet tukevat hyvin tätä arviota.

6.2.8 Henkilökohtaisuus

Asiakkaiden kokemaa henkilökohtaisuutta kartoitettiin yhteensä seitsemällä kysymyksellä, joista kolme oli monivalintakysymystä/-arviota, kolme avointa kysymystä ja yksi likert-arvio.

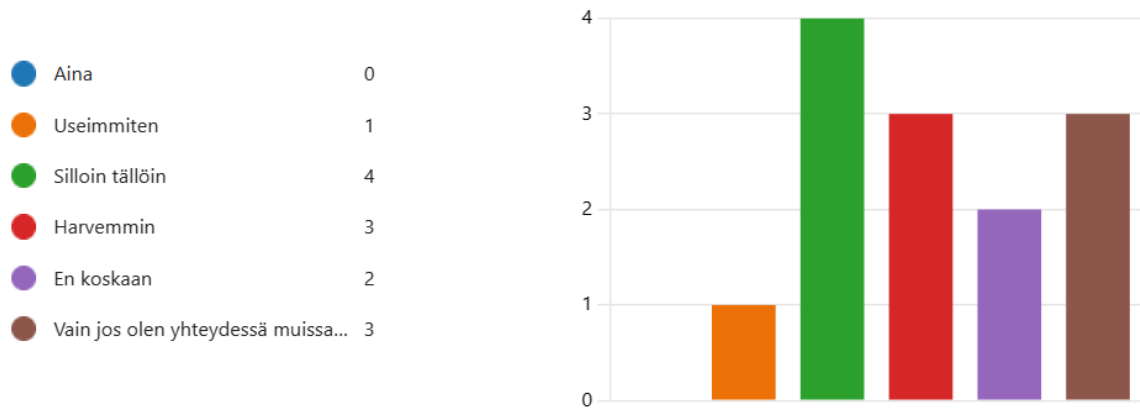
Rahoitusneuvojen osalta henkilökohtaisuutta arvioitiin kymmenellä väittämällä tai kysymyksellä. Näistä yksi oli monivalintakysymys, jota seurasi avoin tarkentava kysymys. Tämän lisäksi oli kaksi likert-tyyppistä arviota ja neljä avointa kysymystä.

Asiakkailta tiedusteltiin ensin **asuntokaupan jälkeisestä yhteydenotosta joko välittäjän, pankin tai molempien toimesta ja sen merkityksestä asiakkaalle**. Kaikki vastaajat kertoivat välittäjän olleen heihin yhteydessä asuntokaupan jälkeen. Pankista ei yhteydenottoa ollut tullut kenellekään. Välittäjä oli soittanut kolmelle ja kahteen oli ollut yhteydessä viestillä. Yksi vastaaja avasi enemmän puhelinsoiton sisältöä: välittäjä oli kuitannut kaupan onnistuneeksi ja keskustellut asiakkaan kanssa jatkosta, kuten avainten luovutukseen liittyvistä asioista, ja ilmaissut olevansa käytettävissä mahdollisissa jatkokysymyksissä. Kaksi vastaajaa olisi toivonut yhteydenottoa pankin toimesta ja yksi vastaaja välittäjän toimesta asuntokaupan jälkeen. Kaksi vastaajaa ei kaivannut lainkaan yhteydenottoa asuntokaupan jälkeen. Kaksi yhteydenottoa toivonutta vastaajaa tarkensivat yhteydenoton tapaa vielä avoimessa jatkokysymyksessä. Toinen vastaaja toivoi yhteydenottoa viestillä tai puheluna ja toinen vastaaja toivoi, että yhteydenotossa olisi käyty vielä kauppa läpi.

Rahoitusneuvojat kertoivat olevansa vaihtelevasti **yhteydessä asiakkaaseen asuntokaupan jälkeen** (Kuva 34). Vastaajista neljä kertoi olevansa yhteydessä silloin tällöin ja kolme vain, jos on yhteydessä muissa asioissa. Vastaajista kolme kertoi ottavansa yhteyttä harvemmin ja kaksi mainitsi, ettei ole koskaan yhteydessä asuntokaupan jälkeen. Yksi vastaajista kertoi ottavansa yhteyttä useimmiten. Yleisin tapa ottaa yhteyttä on puhelinsoitto (viisi mainintaa) tai (verkko)viesti (kolme mainintaa). Lisäksi neljä vastaajaa mainitsi olevansa yhteydessä asiakkaaseen joko jatkotapaamisen tiimoilta tai muun syyn vuoksi ja kysyvän siinä myös asuntokaupan sujumisesta.

Kuva 34. Rahoitusneuvojien yhteydenottoaktiivisuus asuntokaupan jälkeen.

33. Oletko digitaalisen asuntokaupan jälkeen yhteydessä asiakkaaseen kysyäksesi kauppojen sujumisesta tms?

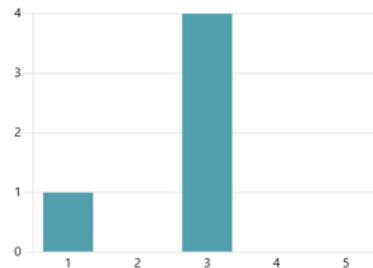


Sitä, että **pankki ja/tai välittäjä oli tai olisi ollut yhteydessä asuntokaupan jälkeen** ja kysynyt esimerkiksi asuntokaupan sujumisesta, ei koettu asiakkaiden keskuudessa tärkeäksi asiaksi (Kuva 35). Vastaajista neljä piti asian tärkeyttä neutraalina ja yksi ei lainkaan tärkeänä. Rahoitusneuvojien arvio asian suhteen vaihtelee. Viisi vastaajaa arvio sen olevan tärkeydeltään neutraalia, loput vastaukset jakautuivat tasaisesti, kullekin vastausvaihtoehdoille kaksi ääntä: ”Ei lainkaan tärkeää”, ”Ei tärkeää”, ”Tärkeää” ja ”Hyvin tärkeää”.

Kuva 35. Asuntokaupan jälkeisen yhteydenoton tärkeys.

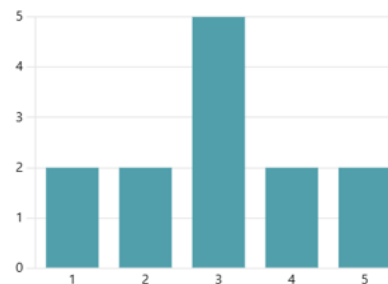
42. Arvioi kuinka tärkeänä koet, että sinuun oltiin tai olisi oltu yhteydessä kauppojen jälkeen pankin ja/tai välittäjän toimesta ja kysytty esimerkiksi asuntokaupan sujumisesta

2.60
Keskimääräinen arvio



35. Kuinka tärkeää asiakkaalle on mielestäsi se, että häneen oltiin tai olisi oltu yhteydessä kauppojen jälkeen pankin toimesta ja kysytty esimerkiksi asuntokaupan sujumisesta?

3.00
Keskimääräinen arvio



Rahoitusneuvojat arvioivat **asuntokaupan jälkeen tekemänsä yhteydenoton** olevan asiakaskokemuksen kannalta kuitenkin pääasiassa tärkeää (7) tai hyvin tärkeää (2). Vastaajista kolme arvioivat sen merkityksen olevan neutraalia. Yhden vastaajan arvion mukaan yhteydenotto ei ole lainkaan tärkeää.

Asiakailta kysyttiin myös **digitaalisen asuntokaupan jättämästä tunnejäljestä tai kokemuksen tunteesta**. Enemmistö koki digitaalisen asuntokaupan helpoksi, nopeaksi, tehokkaaksi ja hyväksi tavaksi toteuttaa asuntokauppa. Yksi vastaaja koki ilman fyysistä kontaktia tehdyn asuntokaupan melko kylmäksi ja toisen vastaajan mielestä asuntokaupan tekeminen tuntui kasvottomalta ja kolkolta. Rahoitusneuvojien vastauksissa asiakkaalle muodostuvasta tunnejäljestä korostuivat tehokkuus, helppous ja prosessin sujuvuus. Myös sillä miten, asiakas kohdataan aiemmissä tapaamisissa asuntolainan tiimoilta, on merkitystä. Esimerkiksi palvelun henkilökohtaisuus vaikuttaa asiakkaalle muodostuvaan tunnejälkeen

positiivisesti. Negatiivisesti asiakkaan kokemukseen ja hänelle jäävään tunnejälkeen vaikuttavat prosessissa tuleva viive tai ongelmat. Negatiiviseksi mainittiin myös se tunne siitä, että ilman kättelyitä ja onnitteluita tehtävä asuntokauppa voi jättää kasvottoman ja ei niin tärkeän mielikuvan. Lisäksi osa asiakkaista voi kokea olonsa epävarmaksi ja haluavat varmistaa kaiken olevan kunnossa.

Rahoitusneuvoja pyydettiin arvioimaan myös sitä, **kuinka digitaalinen asuntokauppa vaikuttaa asiakkaan kokemukseen osana asunnonostajan polkua**. Sen koettiin olevan hyvää jatkumoa digitaaliseen maailmaan, arkea helpottavaa ja sujuvaa. Erityisesti sen koettiin lisäävän asiakkaan helppouden tunnetta, säästävän aikaa ja olevan tärkeä osa asunnonostajan polkua. Toisaalta digitaalinen asuntokauppa voi viedä arvoa asunnon ostamiselta ja tehdä tapahtumasta vähemmän merkityksellisen. Positiivisesti asiakaskokemukseen vaikuttavia tekijöitä ovat asiakkaan ohjeistus ja asian läpikäynti selkeästi, nopeus ja helppous. Myös riittävä tietämys prosessista ja prosessin sujuvuus ovat tärkeitä asioita. Negatiivisesti asiakaskokemukseen vaikuttavat erityisesti järjestelmävirheet ja järjestelmien toimimattomuus, viiveet prosessin aikana sekä infon puute. Myös virheet luottoasiakirjoissa ja se, että asiakas jätetään oman onnensa nojaan, vaikuttavat negatiivisesti asiakaskokemukseen. Kuvassa 36 on rahoitusneuvojien vastaukset ryhmitelty aihealueittain. Luku aihealueen perässä kertoo vastausten ilmaantuvuuden rahoitusneuvojien vastauksissa.

Kuva 36. Asiakaskokemukseen vaikuttavat seikat.

| Positiivisesti asiakaskokemukseen vaikuttavat asiat | |
|---|---|
| Asiakkaan ohjeistus ja läpikäynti selkeästi | 5 |
| Nopeus | 4 |
| Helppous | 3 |
| riittävä tietämys prosessista | 2 |
| Prosessin sujuvuus | 2 |
| Oikeat asiakirjat | 1 |
| Digitaalinen voi olla myös henkilökohtaisa | 1 |

| Negatiivisesti asiakaskokemukseen vaikuttava asia | |
|---|---|
| Järjestelmävirheet ja toimimattomuus | 5 |
| Viiveet | 4 |
| Infon puute | 4 |
| Virheet luottoasiakirjoissa | 2 |
| Asiakas jätetään yksin | 2 |
| Virheelliset rahasiirrot kaupan yhteydessä | 1 |

6.2.9 Asiakaskokemuksen johtaminen

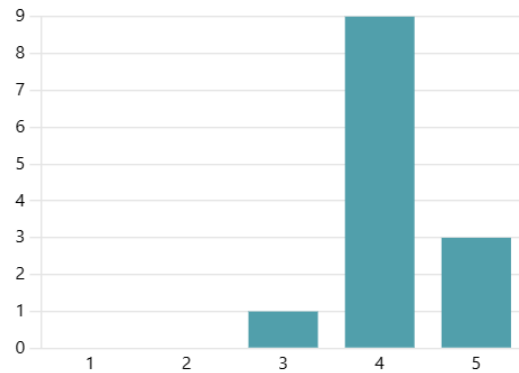
Asiakaskokemuksen johtamista kartoitettiin rahoitusneuvojilta neljän kysymyksen avulla, joista yksi oli arvioiva likert-kysymys ja yksi monivalintakysymys. Molempiin liittyi tarkentava avoin kysymys.

Rahoitusneuvojista kaikkiaan 12 koki olevansa tyytyväinen (9) tai erittäin tyytyväinen (3) **työnantajalta saamaansa perehdytykseen ja tukeen digitaalisen asuntokaupprosessin toteuttamiseksi**. Ainoastaan yksi vastaaja oli valinnut neutraalin vastausvaihtoehdon (”En tyytyväinen enkä tyytymätön”) (Kuva 37). Erityisen tyytyväisiä rahoitusneuvojat ovat saamaansa koulutukseen sekä ohjeistukseen ja selkeisiin ohjeisiin esimerkiksi pankin Intrassa. Myös se koettiin hyödylliseksi, että pankin DIAS-kauppoja tekevät henkilöt ovat kertoneet ja näyttäneet kuinka järjestelmä käytännössä toimii. Myös sisäinen DIAS-kauppoja hoitava tiimi sai kehuja nopeudestaan. Vain yksi vastaajista koki tarvitsevansa **lisäperehdytystä**, muut vastaajat (12) eivät sitä koe tarvitsevansa. Lisäperehdytystoive koski muutoksista infoamista.

Kuva 37. Rahoitusneuvojien tyytyväisyys perehdytykseen ja tukeen.

41. Oletko tyytyväinen (työnantajalta) saamaasi perehdytykseen ja tukeen digitaalisen asuntokauppaprosessin toteuttamiseksi?

4.15
Keskimääräinen arvio



6.2.10 Suosittehalukkuus (NPS)

Sekä asiakkailta että rahoitusneuvojilta kysyttiin suosittehalukkuutta (NPS) (Kuva 38.)

Asiakkaille kysymys esitettiin muodossa: ”Miten todennäköisesti suosittelisit digitaalista asuntokauppaa ystävällesi tai työtoverillesi?” Vastaajista kolme antoi arvosanan 10, yksi antoi arvosanan 8 ja yksi arvosanan 7. Näin ollen arvosanan 10 antaneet ovat markkinoijia ja arvosanan 7 ja 8 antaneet ovat passiivisia. Tästä laskettuna NPS-luku eli suosittehaluindeksi on 60.

Rahoitusneuvojille kysymys suosittehalukkuudesta esitettiin muodossa: ” Miten todennäköisesti suosittelet digitaalista asuntokauppaa asiakkaillesi? Vastaajista seitsemän antoi arvosanan 10, viisi antoi arvosanan 9 ja yksi antoi arvosanan 7. Näin ollen arvosanan 9 ja 10 antaneet ovat markkinoijia ja arvosanan 7 antanut on passiivinen. Rahoitusneuvojien osalta NPS-luku on 92.

Rahoitusneuvojilta kysyttiin lisäksi arviota siitä, mitä he ajattelevat asiakkaiden suosittehalukkuuden olevan. Rahoitusneuvojille kysymys esitettiin muodossa: ”Mikä on

arviosi siitä, miten todennäköisesti asiakkaat suosittelevat digitaalista asuntokauppaa ystävälleen tai työtoverilleen?” Rahoitusneuvojien arvio asiakkaiden NPS-luvuksi on 85.

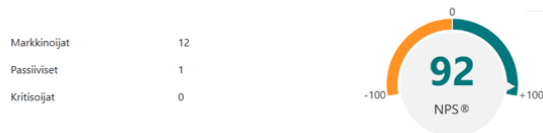
Kuva 38. Digitaalisen asuntokaupan suosittelevuus (NPS).

45. Miten todennäköisesti suosittelisit digitaalista asuntokauppaa ystävällesi tai työtoverillesi?



48. Mikä on arviosi siitä, miten todennäköisesti asiakkaat suosittelevat digitaalista asuntokauppaa ystävälleen tai työtoverilleen?

45. Miten todennäköisesti suosittelet digitaalista asuntokauppaa asiakkaillesi?



| | |
|--------------|----|
| Markkinoijat | 11 |
| Passiiviset | 2 |
| Kritisoijat | 0 |



Sekä asiakkailta että rahoitusneuvojilta kysyttiin lisäksi, että mitkä asiat saivat antamaan kyseisen arvosanan (NPS-kysymykseen) sekä mitä asioita tulisi tehdä paremmin (asiakkaat) tai mitä asioita tulisi kehittää (rahoitusneuvojat), jotta vastaaja antaisi korkeamman arvosanan. Asiakkaiden vastauksissa toistui helppous (4), nopeus (1) ja vaivattomuus (1). Yhden vastauksen perusteena oli kauppataivan kasvottomuus. Myös rahoitusneuvojien vastauksissa toistui helppous (7), nopeus (3) ja näppäryys/vaivattomuus (3). Lisäksi sen mainittiin tuovan ajansäästöä (2) ja joustavuutta (1) sekä olevan asiakasystävällinen tapa toteuttaa asuntokauppa (1), erityisesti asunto-osakkeen osalta (1). Se ei aiheuta aikatauluhaasteita (2) ja mahdollistaa asiakkaalle tutustumisen rauhassa kauppakirjaan ennen allekirjoittamista (1). Kehitettäviksi asioiksi asiakkaiden puolelta nousi kohtaamisen tunteen parantaminen (kasvokkain). Vastaaja koki asian jääneen melko etäiseksi. Muita kehityskohteita ei asiakkaiden puolelta tullut. Rahoitusneuvojien puolelta kehitettäviksi asioiksi nousi asiakkaille (pankin puolesta) annettavan ohjeistuksen selkeyttäminen ytimekkäämmäksi (2) ja englanninkielisen tiedottamisen sujuvoittaminen DIAS-alustalla englannin kielellä asioiville (1). Kiinteistökauppaan toivottiin selkeyttä ja myös niin, että

välittäjät ymmärtävät eri palvelualustojen erot pankin puolesta (1). Yksi vastaaja ehdotti, että asiakkailta olisi käytössään chat-palvelu tai tukipuhelin, johon asiakas voisi ottaa yhteyttä allekirjoitusvaiheen mahdollisissa ongelmatilanteissa.

7 Johtopäätökset ja pohdinta

Paikasta riippumaton kauppatapa, helppous, aikatauluttomuus ja nopeus ovat syitä sille, että asuntokauppatavaksi valitaan digitaalinen asuntokauppa. DIAS-palvelualusta on helppokäyttöinen ja hyvin saavutettavissa. Kiinteistökaupan osalta kaksivaiheinen allekirjoitus koettiin hieman hankalampana rahoitusneuvojen kokemuksen mukaan. Kukaan asiakkaista ei tehnyt kiinteistökauppaa, joten heidän kokemuksiaan ei tähän tutkimukseen saatu. Prosessin seurantaan ja ohjeistukseen kaivattiin eniten apuja, jotta asiakas voi olla luottavaisin mielin prosessin aikana.

Digitaalinen asuntokauppa on mullistanut tavan toteuttaa asuntokauppaa. Se on muuttanut niin asiakkaiden, pankkien kuin kiinteistövälittäjien toimintaa. Yhdessä asuntokaupan sidosryhmien kanssa kehitetty suomalainen digitaalisen asuntokaupan palvelualusta DIAS on tuonut alalle selkeän prosessin ja pelisäännöt, joiden avulla kaupankäynti on helppoa, nopeaa ja turvallista, ja kaikille samanlaista. Se on myös muuttanut sitä kokemusta, joka asunnonostajalle kaupanteon yhteydessä muodostuu. Aiemmin juhlallisesti kasvokkain pankin konttorissa toteutettu asuntokauppatilaisuus on vaihtunut digitaalisiin allekirjoituksiin kotisohvalta. Tämä tuo haastetta, mutta myös mahdollisuuksia luoda uusia tapoja niin kiinteistövälittäjille kuin pankille erinomaisten asiakaskokemusten luomiseksi edelleen asunnonostajan polulla. Tutkimuksesta käy ilmi, että asiakkaan tietämys ja ymmärrys prosessin osalta nousee merkittävään asiaan. Kun asiakas tietää, mitä seuravaksi tapahtuu, on myös asiakaskokemus tällöin parempi. Digitaalinen asuntokauppa on käytössä samalla tavalla suurimmalla osalla pankeista, joten sen suhteen ei voida saavuttaa kilpailuetua. Kuitenkin sillä, millaisen asiakaskokemuksen asiakkaalle luo, yhdessä hänen elämänsä isoimmassa ja tärkeimmässä tapahtumassaan, voi saavuttaa kilpailuetua ja sitouttaa asiakasta.

Vuoden 2023 alussa on kysytty DIAS:ia käyttävien kiinteistönvälittäjien digitaalista asuntokaupan suositteluhaluutta. Välittäjien antama NPS-luku palvelulle on 84. (DIAS, 2023b) Se luku asettuu puoleen väliin siitä, mitä tässä tutkimuksessa asiakkaiden NPS-luku 60 ja rahoitusneuvottelijoiden suositteluhaluus 92 ovat. Toki tämän tutkimuksen matalat vastausmäärät erityisesti asiakkaiden osalta eivät ole yleistettävissä, mutta ehkäpä niistä suuntaviivoja asiakaskokemuksen kehittämiseen voi silti ottaa.

7.1 Kehitysehdotukset

Tulosten perusteella nousi esille muutamia helposti toteutettavia ideoita, joihin panostamalla voisi olla asiakaskokemuksen parantamiseksi jo huomattava vaikutus:

Pankin digitaalisen kaupan -ohjeistus automaattiseksi luottoasiakirjojen toimituksen yhteydessä. Tällöin asia ei jäisi yksinomaan pankin rahoitusneuvojan vastuulle ja muistin varaan, olisi yksi asia neuvojan työpöydältä pois ja olisi luonnollinen jatke luottoasiakirjojen allekirjoitusten jälkeen tukien asuntokauppaprosessia ja asunnonostajan polkua. Tämä myös tukisi sitä neuvontaa, jonka rahoitusneuvoja antaa jatkotapaamisessa, jossa sovitaan vielä lainan yksityiskohdista asunnon löytymisen jälkeen ja joka käydään ennen asuntokauppaa.

Asiakkaiden esitteen päivitys ja muokkaus selkeämmäksi ja helppolukuisemmaksi.

Pankin intraan erillinen osio, josta tulleet ja tulossa olevat muutokset digitaaliseen kauppaan liittyen olisi helppo käydä tarkistamassa tarpeen tullen. Tämä tukisi rahoitusneuvojan työtä ja varmistaisi, että asiakkaalle annettava ohjeistus on paikkansa pitävää.

Lisäksi ehdotettiin omaa palvelukanavaa (puhelin/chat) asiakkaille ongelmatilanteita varten. Tätä voisi selvittää, että olisiko pankin asiakaspalveluun mahdollista eriyttää linja digitaalisen asuntokaupan asioille.

7.2 Luotettavuuden pohdinta

Tutkimuksen luotettavuutta eli reliabiliteettia voidaan pohtimalla sitä, onko tutkimuksessa saadut tulokset yleistettävissä ja toistettavissa ja onko tutkimuksessa käytetyt käsitteet sopivia tutkimuskysymyksiin nähden. Luotettavuuden kannalta on tärkeää, että tutkijana minä pystyn olemaan mahdollisimman objektiivinen haastatteluja ja tulkintoja tehdessäni, vaikka itselläni on asiasta kokemusta ja tietämystä. Tässä auttaa se, että tutkijana olen ollut osittain tutkimusta tehdessäni pidemmällä vapaalla töistä eikä kokemusta ole itselle digitaalisesta asuntokaupasta vielä ehtinyt kertyä kovinkaan paljon. Asiakkaiden osalta luotettavuutta lisää se, että kyselytutkimus toimitettiin kiinteistönvälittäjien toimesta asiakkaille, jolloin pankin toimihenkilöillä ei ole mahdollisuutta vaikuttaa siihen kenelle kysely toimitetaan ja esimerkiksi valita vain hyvin menneitä kokemuksia. Tutkimuksen validiteettia eli pätevyyttä tulee pohtia ja arvioida erityisesti haastattelukysymyksiä luodessa. On pyrittävä siihen, että kysymykset on oikein aseteltu, ne ymmärretään oikein ja että ne antavat oikeantyyppisiä vastauksia tutkimuskysymyksiin liittyen. Ennen kyselyn lähettämistä varsinaisen kyselylomake testattiin koevastaaajilla, jotta varmistuttiin, että ne ymmärretään oikein. Kysymysten tulee liittyä ja antaa vastauksia teoreettisen viitekehyksen käsitteisiin. Tutkimuksen pätevyys pyritään varmistamaan käyttämällä monipuolisesti lähdeaineistoa. Tutkimuksessa on myös tärkeää esittää loogisesti etenevä kuvaus tutkimuksen kulusta.

Valitettavasti erityisesti asiakkaiden vastauksia saatiin vain viisi kappaletta, joten tulosten pohjalta ei voida yleistyä eikä edes isompia johtopäätöksiä tehdä. Rahoitusneuvojilla taustalla on yhteenlaskettuna reilusti yli 100 digitaalista asuntokauppaa, joten heidän vastauksensa ovat varmasti oikean suuntaisia ja perustuvat heidän kokemukseensa ja ammattitaitoonsa. Toki heidän vastauksissaan näkyy osittain se, että toisin kuin asiakkaille, on digitaalinen asuntokauppa heille arkipäivää esimerkiksi prosessin suhteen eikä se ole yhtä henkilökohtaista, mitä se asiakkaille, jotka tekevät yhtä elämänsä isoimpia hankintoja.

Saaduilla tuloksilla saadaan vastausten vähäisestä määrästä huolimatta vastauksia asetettuihin tutkimuskysymyksiin ja asiakaskokemuksen kehittämiseksi.

Lähteet

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

DIAS. (n.d.-a). *Dias-esite*. Haettu 3.2.2023 osoitteesta

https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/article_attachments/7545330317340/DIAS-esite.pdf

DIAS. (n.d.-b). *Digitaalinen asuntokauppa jatkaa yleistymistään. Digitaalisen asuntokaupan tilanne Q3/2022*. <https://dias.fi/kvartaalikatsaus-q3-2022.html>

DIAS. (n.d.-c). *Näin teet asunto-osakkeen kiinteistökaupan digitaalisesti*. Haettu 18.5.2023 osoitteesta <https://dias.fi/dias-huoneistokauppa.html>.

DIAS. (n.d.-d). *Näin teet kiinteistön kaupan digitaalisesti*. Haettu 18.5.2023 osoitteesta <https://dias.fi/dias-kiinteistokauppa.html>

DIAS. (n.d.-e). *Digitaalinen asuntokauppa DIAS Oy*. Haettu 18.5.2023 osoitteesta <https://dias.fi/dias.html>

DIAS. (2021a). *Voinko tehdä DIAS-kaupan, jos kyseessä uudiskohde?*. Haettu 14.2.2023 osoitteesta <https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/360015013140-Voinko-tehd%C3%A4-DIAS-kaupan-jos-kyseess%C3%A4-uudiskohde->

DIAS. (2021b). *Voinko tehdä DIAS-kaupan, jos myyjillä tai ostajilla on keskenään eri pankit?*. Haettu 14.2.2023 osoitteesta <https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/360015051039-Voinko-tehd%C3%A4-DIAS-kaupan-jos-myyjill%C3%A4-tai-ostajilla-on-kesken%C3%A4n-eri-pankit->

DIAS. (2022a). *Asunto-osakekaupan allekirjoitusvaihe*. Haettu 16.5.2023 osoitteesta <https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/360015011579-Asunto-osakekaupan-allekirjoitusvaihe>

DIAS. (2022b). *Kaupan vaiheet ja käsittelyajat*. Haettu 16.5.2023 osoitteesta

<https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/360013665139-Kaupan-vaiheet-ja-k%C3%A4sittelyajat>

DIAS. (2022c). *Mitkä välitysjärjestelmät ovat mukana DIASissa?*. Haettu 14.2.2023

osoitteesta <https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/360017612019-Mitk%C3%A4-v%C3%A4litys%C3%A4rjestelm%C3%A4t-ovat-mukana-DIASissa->

DIAS. (2023a). *Ajankohtaista DIASissa*. Haettu 16.5.23 osoitteesta

<https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/7568809329564-Ajankohtaista-DIASissa>

DIAS. (2023b). *Asuntokaupassa piristymisen merkkejä. Digitaalisen asuntokaupan kiinnostus ennätyslukemissa*. Haettu 16.5.2023 osoitteesta [https://dias.fi/digitaalisen-](https://dias.fi/digitaalisen-asuntokaupan-tilanne-2023-1.html)

[asuntokaupan-tilanne-2023-1.html](https://dias.fi/digitaalisen-asuntokaupan-tilanne-2023-1.html)

DIAS. (2023c). *DIASin asiointipalvelu*. Haettu 16.5.2023 osoitteesta

<https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/6629422761756>

DIAS. (2023d). *DIAS-kiinteistökaupan allekirjoitusvaihe*. Haettu 23.5.2023 osoitteesta

<https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/4416458561810-DIAS-kiinteist%C3%B6kaupan-allekirjoitusvaihe>

DIAS (2023e). *Edellytyksien tarkistaminen*. [Asunto-osake]. [Haettu 16.5.2023 osoitteesta](https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/360013468060-Edellytyksien-tarkistaminen)

<https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/360013468060-Edellytyksien-tarkistaminen>

DIAS. (2023f). *Edellytyksien tarkistaminen*. [Kiinteistö], Haettu 16.5.2023 osoitteesta

<https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/4416554209298-Edellytyksien-tarkistaminen>

DIAS. (2023g). *Mikä on DIAS?*. Haettu 3.2.2023 osoitteesta

<https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/360013491739-Mik%C3%A4-on-DIAS->

DIAS. (2023h). *Miten DIAS-kauppa etenee?*. Haettu 11.4.2023 osoitteesta

<https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/360014659459-Miten-DIAS-kauppa-etenee->

DIAS. (2023i). *Kaupan vaiheet ja käsittelyajat*. Haettu 9.5.2023

<https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/4416561863186-Kaupan-vaiheet-ja-k%C3%A4sittelyajat>

DIAS. (2023j). *Onnistuuko DIAS-kauppa valtakirjalla?*. Haettu 16.5.2023 osoitteesta

<https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/360015048999-Onnistuuko-DIAS-kauppa-valtakirjalla->

DIAS. (2023k). *Sähköistyvän osakekirjan kauppa*. Haettu [17.5.2023 osoitteesta](#)

<https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/6175676446108-S%C3%A4hk%C3%B6istyv%C3%A4n-osakekirjan-kauppa>

DIAS. (2023l). *Tuetut pankit ja pankkitunnukset*. Haettu 12.2.2023 osoitteesta

<https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/360014658759-Tuetut-pankit-ja-pankkittunnukset>

DIAS. (2023m). *Valmisteluvaiheen tavoitekäsittelyaika*. Haettu [11.4.2023 osoitteesta](#)

<https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/360015062819-Valmisteluvaiheen-tavoitek%C3%A4sittelyaika>

DIAS. (2023n). *Vuokraoikeuden kauppa*. Haettu osoitteesta 23.5.2023

<https://asiakaspalvelu.dias.fi/hc/fi/articles/8281580228380>

Filenius, M. (2015). *Digitaalinen asiakaskokemus*. Docendo Oy.

Heikkilä, P. (17.9.2020). *Kiinteistökauppa sujuvasti sähköisesti*. Maanmittauslaitos.

<https://www.maanmittauslaitos.fi/ajankohtaista/kiinteistokauppa-sujuvasti-sahkoisesti>

Koppa. (2016). *Teemoittelu*. Menetelmäpolku. Jyväskylän yliopisto.

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineiston-analyysimenetelmat/teemoittelu>

Koppa. (2021) Laadullinen tutkimus. Menetelmäpolku. Jyväskylän yliopisto.

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>

Korkiakoski, K. (2019). *Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus*. Alma Talent.

Korkiakoski, K. & Gerdt, B. (2016). *Ylivoimainen asiakaskokemus*. Alma Talent.

Koskivuo, A. (1.12.2022). *Asuntomarkkinakatsaus Q4-2022 – Haastava talvi*. Nordea.

<https://corporate.nordea.com/article/78886/asuntomarkkinakatsaus-q4-2022-haastava-talvi>

Kostiainen, J. (28.2.2023). *Asuntomarkkinakatsaus Q1-2023 – Pohjakosketus*. Nordea.

<https://corporate.nordea.com/article/80787/asuntomarkkinakatsaus-q1-2023-pohjakosketus>

KVKL. (n.d.). KVKL *Hintaseuranpalvelun tilastoaineisto*. Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto.

<https://kiinteistonvalitysala.fi/hintaseuranpalvelun-tilastoaineisto/>

KVKL. (13.1.2021). *Asuntomarkkinakatsaus vuosi 2020*. Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto.

<https://kiinteistonvalitysala.fi/asuntomarkkinat/asuntomarkkinakatsaus-vuosi-2020/>

KVKL. (13.1.2022). *Kiinteistönvälitysalan markkinakatsaus vuodelta 2021: Asuntokauppa*

räjähti ennätyslukemiin, alueiden eriytyminen yhä nähtävissä. Kiinteistönvälitysalan

Keskusliitto. [Kiinteistönvälitysalan markkinakatsaus vuodelta 2021: Asuntokauppa räjähti ennätyslukemiin, alueiden eriytyminen yhä nähtävissä - Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto \(kiinteistonvalitysala.fi\)](https://kiinteistonvalitysala.fi)

KVKL. (2023a). *Tammikuun 2023 asuntomarkkinakatsaus: Kysyntä kasvussa ja hinnat maltillistuneet, mutta tulppa odottaa poksahdustaan.* Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto. (10.2.2023).

<https://kiinteistonvalitysala.fi/asuntomarkkinat/tiedotetammikuun-2023-asuntomarkkinakatsaus-kysynta-kasvussa-ja-hinnat-maltillistuneet-mutta-tulppa-odottaa-poksahtamista/>

KVKL. (2023b). *Helmikuun 2023 asuntomarkkinakatsaus: Elpyminen hidasta, positiivisia merkkejä nähtävillä.* Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto. (10.3.2023).

<https://kiinteistonvalitysala.fi/asuntomarkkinat/helmikuun-2023-asuntomarkkinakatsaus-elpyminen-hidasta-positiivisia-merkkeja-nahtavilla/>

KVKL. (2023c). *KVKL Hintaseurantapalvelu: Vuoden 2022 laajempi asuntomarkkinakatsaus julkaistu.* Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto. (23.3.2023).

<https://kiinteistonvalitysala.fi/asuntomarkkinat/kvkl-hintaseurantapalvelu-vuoden-2022-asuntomarkkinakatsaus-julkaistu/>

KVKL. (2023d). *Maaliskuun 2023 asuntomarkkinakatsaus: kauppamäärät nousussa, hintojen lasku hidastui ykköskvartaalissa.* Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto. (14.4.2023).

<https://kiinteistonvalitysala.fi/asuntomarkkinat/maaliskuun-2023-asuntomarkkinakatsaus-kauppamaarat-nousussa-hintojen-lasku-hidastui-ykkoskvartaalissa/>

KVKL. (2023e). *Huhtikuun 2023 asuntomarkkinakatsaus: vaisu kauppakuukausi, hinnoissa vakautumista ja myyntiajoissa lyhentymistä.* Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto.

(11.5.2023). <https://kiinteistonvalitysala.fi/asuntomarkkinat/huhtikuun-2023-asuntomarkkinakatsaus-vaisu-kauppakuukausi-hinnoissa-vakautumista-ja-myyntiajoissa-lyhentymista/>

Laakso, M. (3.2.2023). *Unelmana oma koti? Omaan kotiin satsaaminen kannattaa*. POP

Pankki. [blogi]. <https://www.poppankki.fi/blogi/unelmana-oma-koti-omaan-kotiin-satsaaminen-kannattaa#:~:text=Oman%20kodin%20ostoa%20kannattaa%20harkita%20heti%2C%20kun%20oma,kasvattaa%20omaa%20varallisuutta%2C%20josta%20on%20t%C3%A4rke%C3%A4%20pit%C3%A4%C3%A4%20huolta.>

Löytänä, J. & Kortesus, K. (2011). *Asiakaskokemus – Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen*. Talentum.

MML. (29.6.2022). *Kiinteistökaupat voi tehdä etelän auringosta tai kotisohvalta – sähköisten kauppojen määrä kasvussa*. Maanmittauslaitos.

<https://www.maanmittauslaitos.fi/ajankohtaista/kiinteistokaupat-voi-tehda-etelan-auringosta-tai-kotisohvalta-sahkoisten-kauppojen>

Muutos LKV. (n.d.-a). *Kiinteistönvälitys Tampere*. Muutos LKV -kiinteistönvälitys. Haettu 18.5.2023 osoitteesta <https://muutoslkv.fi/kiinteistonvalitys-tampere/>

Muutos LKV. (n.d.-b). *Muutos LKV - kun kaipaat jotain pysyvää*. Muutos LKV - kiinteistönvälitys. Haettu 18.5.2023 osoitteesta <https://muutoslkv.fi/muutos-lkv-yrityksena/>

Muutos LKV. (29.12.2021). *Huom! Tampere on nyt Muutos LKV*. Muutos LKV - kiinteistönvälitys. <https://muutoslkv.fi/huom-tampere-on-nyt-muutoslkv/>

Muutos LKV. (11.4.2022). *DIAS eli digitaalinen asuntokauppa*. Muutos LKV -kiinteistönvälitys. <https://muutoslkv.fi/dias-kauppa/>

Nordea. (n.d.-a). *Digitaalinen asuntokauppa*. Haettu 16.5.2023 osoitteesta

<https://www.nordea.fi/henkiliasiakkaat/sinun-elamasi/muuttamassa/digitaalinen-asuntokauppa.html>.

Nordea. (n.d.-b). *Kohti unelmiesi kotia – vuokra- vai omistusasunto?*.

<https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/sinun-elamasi/muuttamassa/vuokra-vai-omistusasunto.html>

Nordea. (n.d.-c.). *Vieläkö korot nousevat? – Kesän asuntomarkkinakatsaus*. Haettu 18.5.2023 osoitteesta

<https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/lainat/asuntolainat/asuntomarkkinakatsaus.html>

OP. (n.d.-a). *Asuntomarkkinakatsaus 2020/Q4*.

<https://www.op.fi/documents/20556/28168687/Asuntomarkkinakatsaus-Q4-2020/d365a985-6bec-2b57-ee6a-03ffcc4faa6b>

OP. (n.d.-b). *Asuntomarkkinakatsaus 2021/Q1*.

<https://www.op.fi/documents/20556/28168687/AsuntomarkkinakatsausQ12021.pdf/f6192f3e-bed4-7b8a-9571-7d455ea3c1f9>

OP. (n.d.-c). *Asuntomarkkinakatsaus 2021/Q4*.

<https://www.op.fi/documents/20556/28168687/AsuntomarkkinakatsausQ42021.pdf/12e313ac-e547-c4f7-09b9-a5b11a5d20c5>

OP. (n.d.-d). *Asuntomarkkinakatsaus 2022/Q1*.

<https://www.op.fi/documents/20556/28168687/Asuntomarkkinakatsaus+2022+Q1/c6a32286-4f2b-08c3-965e-b94c74c310b8>

OP. (n.d.-e). *Asuntomarkkinakatsaus 2022/Q4*.

<https://www.op.fi/documents/20556/28168687/AsuntomarkkinakatsausQ42022.pdf/9850333c-f0a3-040e-49f2-6a21f6c9bfab>

OP. (n.d.-f). *Asuntomarkkinakatsaus 2023/Q1*.

<https://www.op.fi/documents/20556/28168687/Asuntomarkkinakatsaus-2023-Q1/58a06577-204e-b630-17d2-9de1b3e4f99c>

OP. (n.d.-g). *Asuntomarkkinakatsaus Q2/2023*.

<https://www.op.fi/documents/20556/28168687/Asuntomarkkinakatsaus-2023-Q2/fac3e56a-5f6a-adb2-d3db-0f6e21f147e1>

Saarijärvi, H. & Puustinen, P. (2020). *Strategiana asiakaskokemus – Miksi, mitä, miten?*.

Docendo Oy.

SVT. (26.10.2022). *Asunnot ja asuinolot* [verkojulkaisu]. Suomen virallinen tilasto (SVT).

Viiteajankohta: 2021. ISSN=1798-6745. Helsinki: Tilastokeskus [Viitattu: 16.5.2023].

Saantitapa: <https://stat.fi/julkaisu/cktcn27io352g0b62f6u4sky0>

Tenhunen, M. (24.5.2016). *NPS, CES, CSAT – miten asiakaskokemusta kannattaa mitata?*.

Questback.com. <https://www.questback.com/fi/blogi/nps-ces-csat-miten-asiakaskokemusta-kannattaa-mitata/>

Trustmary. (20.4.2022). *CSAT – Mittari asiakastyytyväisyyden selvittämiseen*.

<https://trustmary.com/fi/asiakaskokemus/csat-mittari-asiakastyytyvaisyyden-selvittamisen/>

Ympäristöministeriö. (n.d.). *Omistusasuminen*. <https://ym.fi/omistusasuminen>

Liite 1. Digitaalisen asuntokaupan käyttäjäkokemus -kysely asiakkaille

Digitaalisen asuntokaupan käyttäjäkokemus

Onnea – olet juuri ostanut uuden kodin!

Teit asuntokaupan digitaalisesti ja nyt haluaisimmekin kuulla kokemuksiasi digitaaliseen asuntokaupprosessiin liittyen. Vastaamalla kyselyyn annat arvokasta tietoa meille, jotta voimme kehittää toimintatapojamme.

Kyselyyn vastaaminen vie noin 5 minuuttia.

Kysely on osa Hämeen ammattikorkeakoulun YAMK-tutkinto-opiskelija Riina Kuisman opinnäytetyötä. Kysely toteutetaan yhteistyössä Muutos LKV:n kanssa.

Lupa tietojen käsittelyyn

Vastaamalla tähän kyselyyn hyväksyt, että antamiasi vastauksia käytetään osana selvitystä. Ymmärrät, että osallistuminen on vapaaehtoista ja voit halutessasi keskeyttää vastaamisen. Vastaaminen tapahtuu täysin anonyymisti.

” Pakollinen

Digitaalinen asuntokauppa mahdollistaa kaupankäynnin ajasta ja paikasta riippumatta erilaisia kaupankäyntipalvelualustoja hyödyntäen. Käytettävä kaupankäyntipalvelu riippuu siitä, onko kaupan kohteena asunto-osake vai kiinteistö. Asunto-osakekaupassa kauppa-alustana toimii DIAS-palvelu. Kiinteistökaupassa DIAS-palvelun lisäksi hyödynnetään Maanmittauslaitoksen Kiinteistöväihdännän palvelua (KVP).

Asunto-osakekaupassa kauppakirja allekirjoitetaan DIAS-palvelussa, kun taas kiinteistökaupassa allekirjoitusvaihe on kaksivaiheinen: ensin allekirjoitetaan pankin valtuutukset DIAS-palvelussa ja sen jälkeen itse kauppakirjan allekirjoitus tapahtuu Maanmittauslaitoksen Kiinteistöväihdännän palvelussa.

DIAS-kauppa etenee aina samalla prosessilla yksi vaihe kerrallaan (kts kuva alla). Kullekin kaupan vaiheelle on määritelty tavoiteaika, jossa kaupan tulisi edetä.

Aloita kysely painamalla **SEURAAVA**

(kuva: [Dias.fi](#))

TAUSTATIEDOT

1

Ikä (vuotta) *

- 18 - 30
- 31 - 40
- 41 - 50
- 51 - 60
- 61 - 70
- 71 -

2

Sukupuoli *

- Mies
- Nainen
- Muunsukupuolinen
- En halua sanoa

3

Paikkakunta

4

Ostin asunnon *

- Yksin
- Yhdessä toisen kanssa

5

Kyseessä oli *

- Ensiasunnon osto
- Asunnonvaihto
- Sijoitusasunto

6

Ostamani asunto on *

Asunto-osake

Kiinteistö

7

Pankki, josta otin asuntolainan asunnon ostamiseen *

- Nordea
- OP
- Danske
- S-Pankki
- Handelsbanken
- Ålandsbanken
- Aktia
- POP Pankki
- Säästöpankki
- Oma SP
- Hypo
- En halua sanoa

8

Kävin lainaneuvottelun (valitsemani rahoittajapankin kanssa) *

- Verko- ja/tai puhelintapaamisena
- Kasvokkain konttorissa

9

Allekirjoitin asuntolainan luottoasiakirjat *

- Digitaalisesti verkossa
- Konttorissa

10

Tämä oli ensimmäinen kerta, kun tein digitaalisen asuntokaupan *

- Kyllä
- Ei

11

Jos vastasit edelliseen kysymykseen **Ei**, kuinka montaa kertaa **aiemmin** olet tehnyt digitaalisen asuntokaupan? *

- Yhden (1) kerran
- Kaksi (2) kertaa
- Useammin

12

Valintaani tehdä asuntokauppa digitaalisena vaikuttivat seuraavat syyt (Voit valita useita) *

- Nopeus
- Aikatauluttomuus
- Mahdollisuus allekirjoittaa kauppakirja paikasta riippumatta esim. kotona tai töissä
- Helppous
- Turvallisuus
- Minulle ei tarjottu muuta vaihtoehtoa
- Muu syy

13

Mikäli valitsit edelliseen kysymykseen vastausvaihtoehdon "**Muu syy**", kerro tähän tarkemmin valintaasi johtaneista syistä

SAAVUTETTAVUUS

14

Mahdollisuus sähköiseen asiointiin oli minulle tärkeää *

(1=Vahvasti eri mieltä, 2=Eri mieltä, 3=En samaa enkä eri mieltä, 4=Samaa mieltä, 5=Vahvasti samaa mieltä)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Vahvasti eri mieltä

Vahvasti samaa mieltä

15

Käyttämäni digitaalisen asuntokaupan palvelualusta oli helposti löydettävissä *

(1=Vahvasti eri mieltä, 2=Eri mieltä, 3=En samaa enkä eri mieltä, 4=Samaa mieltä, 5=Vahvasti samaa mieltä)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Vahvasti eri mieltä

Vahvasti samaa mieltä

16

Minulle oli tärkeää, että palvelun käyttö on mahdollista 24/7 *

(1=Vahvasti eri mieltä, 2=Eri mieltä, 3=En samaa enkä eri mieltä, 4=Samaa mieltä, 5=Vahvasti samaa mieltä)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Vahvasti eri mieltä

Vahvasti samaa mieltä

17

Minulle oli tärkeää, että palvelun käyttö on mahdollista paikasta riippumatta

*

(1=Vahvasti eri mieltä, 2=Eri mieltä, 3=En samaa enkä eri mieltä, 4=Samaa mieltä,
5=Vahvasti samaa mieltä)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Vahvasti eri mieltä

Vahvasti samaa mieltä

PROSESSIN SUJUVUUS

18

Digitaalinen asuntokaupprosessi kokonaisuudessaan oli mielestäni sujuvaa *

(1=Vahvasti eri mieltä, 2=Eri mieltä, 3=En samaa enkä eri mieltä, 4=Samaa mieltä, 5=Vahvasti samaa mieltä)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Vahvasti eri mieltä

Vahvasti samaa mieltä

19

Minulla oli prosessin aikana selkeä näkemys siitä, miten digitaalinen asuntokaupprosessi etenee *

(1=Vahvasti eri mieltä, 2=Eri mieltä, 3=En samaa enkä eri mieltä, 4=Samaa mieltä, 5=Vahvasti samaa mieltä)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Vahvasti eri mieltä

Vahvasti samaa mieltä

20

Olen tyytyväinen **pankista** saamaani ohjeistukseen digitaaliseen asuntokauppaprosessiin liittyen *

(1=Vahvasti eri mieltä, 2=Eri mieltä, 3=En samaa enkä eri mieltä, 4=Samaa mieltä, 5=Vahvasti samaa mieltä)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Vahvasti eri mieltä

Vahvasti samaa mieltä

21

Olen tyytyväinen **välittäjältä** saamaani ohjeistukseen digitaaliseen asuntokauppaprosessiin liittyen *

(1=Vahvasti eri mieltä, 2=Eri mieltä, 3=En samaa enkä eri mieltä, 4=Samaa mieltä, 5=Vahvasti samaa mieltä)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Vahvasti eri mieltä

Vahvasti samaa mieltä

22

Pankilta saamani ohjeistus digitaaliseen asuntokauppaprosessiin liittyen oli luonteeltaan *

- Suullista
- Kirjallista
- Molempia
- En saanut ohjeistusta

23

Välittäjältä saamani ohjeistus digitaaliseen asuntokauppaprosessiin liittyen oli luonteeltaan *

- Suullista
- Kirjallista
- Molempia
- En saanut ohjeistusta

24

Kerro tarkemmin, millaista ohjeistusta sait *

25

Kerro tarkemmin, millaista ohjeistusta olisit halunnut saada *

NOPEUS

26

Asuntokauppani toteutui tavoiteaikataulussa *
*

| | Kyllä | Ei | En osaa sanoa |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Pankkien valmistelun osalta (tavoite 5 pankkipäivää) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kauppakirjan allekirjoittamisen osalta (tavoite 24h) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kauppahinnan maksun osalta (tavoite seuraava pankkipäivä) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

27

Jos kaupassa tuli viivettä, mistä tämä johtui?

(Oliko syynä esim. virheellinen tai riittämätön informaatio, tekninen vika tai ongelma palvelun käytössä?)

28

Sain tarvittaessa yhteyden **pankkiini** riittävän nopeasti, esim. kysyäkseni neuvoa ongelmatilanteessa tai muissa asuntokauppaprosessiin liittyvissä kysymyksissä *

- Kyllä
- En
- Ei ollut tarvetta

29

Sain tarvittaessa yhteyden **välittäjäni** riittävän nopeasti, esim. kysyäkseni neuvoa ongelmatilanteessa tai muissa asuntokauppaprosessiin liittyvissä kysymyksissä *

- Kyllä
- En
- Ei ollut tarvetta

30

Mikäli tarvitsin tai olisin tarvinnut neuvoja, olisin halunnut saada neuvoja **ensisijaisesti** *

- Pankista
- Välittäjältä

ASIOINNIN MIELLYTTÄVYYS

Arvioi käyttämäsi palvelualustaa (DIAS tai DIAS+Kiinteistövähdannanpalvelu)

31

Palveluun kirjautuminen oli mielestäni *

(1=Hyvin vaikeaa, 2=Vaikeaa, 3= Ei helppoa eikä vaikeaa, 4=Helppoa, 5=Hyvin helppoa)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Hyvin vaikeaa

Hyvin helppoa

32

Palvelun käyttäminen (esim. oikean kohdan löytäminen, painonapit jne.) oli mielestäni *

(1=Hyvin vaikeaa, 2=Vaikeaa, 3= Ei helppoa eikä vaikeaa, 4=Helppoa, 5=Hyvin helppoa)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Hyvin vaikeaa

Hyvin helppoa

33

Kauppakirjan lukeminen oli mielestäni *

(1=Hyvin vaikeaa, 2=Vaikeaa, 3= Ei helppoa eikä vaikeaa, 4=Helppoa, 5=Hyvin helppoa)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Hyvin vaikeaa

Hyvin helppoa

34

Asiakirjojen allekirjoittaminen oli mielestäni *

(1=Hyvin vaikeaa, 2=Vaikeaa, 3= Ei helppoa eikä vaikeaa, 4=Helppoa, 5=Hyvin helppoa)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Hyvin vaikeaa

Hyvin helppoa

35

Kaupan etenemisen seuraaminen DIASin asiointipalvelussa oli mielestäni *

(1=Hyvin vaikeaa, 2=Vaikeaa, 3= Ei helppoa eikä vaikeaa, 4=Helppoa, 5=Hyvin helppoa)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Hyvin vaikeaa

Hyvin helppoa

36

Tarvitsin apua palvelun käytössä *

Kyllä

En

37

Kerro tarkemmin, millaista apua tarvitsit ja keneltä sitä sait (pankki, välittäjä, joku muu) *

HENKILÖKOHTAISUUS

38

Minuun oltiin yhteydessä asuntokaupan jälkeen *

- Pankin toimesta
- Välittäjän toimesta
- Molempien toimesta
- Ei kummankaan toimesta

39

Kerro tähän tarkemmin, millä tavalla sinuun oltiin yhteydessä (esim. puhelinsoitto, viesti, tms.) *

40

Olisin toivonut yhteydenottoa asuntokaupan jälkeen *

- Pankin toimesta
- Välittäjän toimesta
- Molempien toimesta
- En kaivannut yhteydenottoa

41

Kerro tähän tarkemmin, millaista yhteydenottoa olisit kaivannut *

42

Arvioi kuinka tärkeänä koet, että sinuun oltiin tai olisi oltu yhteydessä kauppojen jälkeen pankin ja/tai välittäjän toimesta ja kysytty esimerkiksi asuntokaupan sujumisesta *

(1=Ei lainkaan tärkeää, 2=Ei tärkeää, 3=neutraali, 4=Tärkeää, 5=Hyvin tärkeää)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Ei lainkaan tärkeää

Hyvin tärkeää

43

Kerro millainen tunnejälki/kokemus sinulle jäi digitaalisesta asuntokaupasta, kun se toteutettiin ilman kasvokkain tehtävää kauppatilaisuutta *

(Lämmin, neutraali, kylmä, tehokas jne.)

44

Olisin mieluummin valinnut kauppataivaksi perinteisen tavan toteuttaa asuntokauppa *

Kyllä

En

SUOSITTELU

45

Miten todennäköisesti suosittelisit digitaalista asuntokauppaa ystävällesi tai työtoverillesi? *

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

En lainkaan
todennäköisesti

Erittäin todennäköisesti

46

Mitkä asiat saivat sinut antamaan kyseisen arvosanan? *

...

47

Mitä tulisi tehdä paremmin, jotta antaisit korkeamman arvosanan? *

Tämä ei ole Microsoftin luomaa tai suosittelemaa sisältöä. Lähettämäsi tiedot lähetetään lomakkeen omistajalle.

Liite 2. Digitaalisen asuntokaupan käyttäjäkokemus -kysely rahoitusneuvojille

Digitaalisen asuntokaupan käyttäjäkokemus - Rahoitusneuvojat



Tällä kyselyllä kartoitetaan näkemyksiänne siitä, miten digitaalinen asuntokauppa vaikuttaa asiakaskokemukseen osana asuntolaina-asiakkaan kodinostajanpolkua.

Kyselyyn vastaaminen vie noin 10 minuuttia. Voit vastata kyselyyn tietokoneella tai älylaitteella.

Kysely on osa Hämeen ammattikorkeakoulun YAMK-tutkinto-opiskelija Riina Kuisman opinnäytetyötä.

Opinnäytetyö julkaistaan kesällä 2023 osoitteessa www.theseus.fi.

Kiitos, kun osallistut!

Lupa tietojen käsittelyyn

Vastaamalla tähän kyselyyn hyväksyt, että antamiasi vastauksia käytetään osana selvitystä. Ymmärrät, että osallistuminen on vapaaehtoista ja voit halutessasi keskeyttää vastaamisen. Vastaaminen tapahtuu täysin anonyymisti.

TAUSTATIEDOT

1. Ikäsi (vuotta) *

18 - 30

31 - 40

41 - 50

51 - 60

61 - 70

2. Kuinka kauan olet toiminut nykyisessä tehtävässäsi? *

Alle 1 vuotta

1-2 vuotta

2-5 vuotta

5-10 vuotta

yli 10 vuotta

6. Mitkä ovat mielestäsi tärkeimmät syyt siihen, että asiakkaat valitsevat kauppataivaksi digitaalisen asuntokaupan?
(Voit valita useita) *

- Nopeus
- Aikatauluttomuus
- Mahdollisuus allekirjoittaa kauppakirja paikasta riippumatta esim. kotona tai töissä
- Helppous
- Turvallisuus
- Asiakkaalle ei tarjottu muuta vaihtoehtoa
- Muu syy

7. Mikäli valitsit edelliseen kysymykseen vastausvaihtoehdon "**Muu syy**", kerro tähän tarkemmin

8. Mitkä ovat syitä siihen, jos asiakkaat päättävät olla valitsematta kauppataivakseen digitaalista asuntokauppaa? *

SAAVUTETTAVUUS

Arvioi seuraavia kysymyksiä/väittämiä asiakkaan näkökulmasta oman kokemuksesi ja arviosi mukaisesti

9. Digitaalisen **asunto-osakekaupan** palvelualusta (DIAS) on helposti asiakkaan löydettävissä *

(1=Vahvasti eri mieltä, 2=Eri mieltä, 3=En samaa enkä eri mieltä, 4=Samaa mieltä, 5=Vahvasti samaa mieltä)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Vahvasti eri mieltä

Vahvasti samaa mieltä

10. Digitaalisen kiinteistökaupan palvelualusta(t) (DIAS ja KVP) ovat helposti asiakkaan löydettävissä *

(1=Vahvasti eri mieltä, 2=Eri mieltä, 3=En samaa enkä eri mieltä, 4=Samaa mieltä, 5=Vahvasti samaa mieltä)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Vahvasti eri mieltä

Vahvasti samaa mieltä

11. Kuinka tärkeää asiakkaalle on mielestäsi se, että hänellä on mahdollisuus sähköiseen asiointiin? *

(1=En lainkaan tärkeää, 2=En tärkeää, 3=Neutraali, 4=Tärkeää, 5=Hyvin tärkeää)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Ei lainkaan tärkeää

Hyvin tärkeää

12. Kuinka tärkeää asiakkaalle on mielestäsi se, että palvelun käyttö on mahdollista 24/7? *

(1=Ei lainkaan tärkeää, 2=Ei tärkeää, 3=Neutraali, 4=Tärkeää, 5=Hyvin tärkeää)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Ei lainkaan tärkeää

Hyvin tärkeää

13. Kuinka tärkeää asiakkaalle on mielestäsi se, että palvelu on käytettävissä paikasta riippumatta? *

(1=Ei lainkaan tärkeää, 2=Ei tärkeää, 3=Neutraali, 4=Tärkeää, 5=Hyvin tärkeää)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Ei lainkaan tärkeää

Hyvin tärkeää

PROSESSIN SUJUVUUS

14. Digitaalinen asuntokauppaprosessi on asiakkaan näkökulmasta *

(1=Hyvin vaikeaa, 2=Vaikeaa, 3=En helppoa eikä vaikeaa, 4=Helppoa, 5=Hyvin helppoa)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Hyvin vaikeaa

Hyvin helppoa

15. Asiakkailla on prosessin aikana selkeä näkemys siitä, miten digitaalinen asuntokauppaprosessi etenee *

(1=Vahvasti eri mieltä, 2=Eri mieltä, 3=En samaa enkä eri mieltä, 4=Samaa mieltä, 5=Vahvasti samaa mieltä)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Vahvasti eri mieltä

Vahvasti samaa mieltä

16. Kuinka usein asuntokaupasta sopiessasi annat asiakkaalle ohjeistusta digitaaliseen asuntokauppaan liittyen? *

- Aina
- Useimmiten
- Harvoin
- Hyvin harvoin
- En koskaan

17. Millaista asiakkaalle antamasi ohjeistus digitaaliseen asuntokauppaprosessiin liittyen on? *

- Suullista
- Kirjallista
- Molempia
- En anna ohjeistusta

18. Kerro tarkemmin, millaista tai mitä ohjeistusta annat *

19. Miten annettavaa ohjeistusta voisi mielestäsi kehittää? *

20. Asiakkaat ovat mielestäsi tyytyväisiä **pankista** saamaansa ohjeistukseen digitaaliseen asuntokauppaprosessiin liittyen *

(1=Vahvasti eri mieltä, 2=Eri mieltä, 3=En samaa enkä eri mieltä, 4=Samaa mieltä, 5=Vahvasti samaa mieltä)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Vahvasti eri mieltä

Vahvasti samaa mieltä

21. Asiakkaat ovat mielestäsi tyytyväisiä **välittäjältä** saamaansa ohjeistukseen digitaaliseen asuntokauppaprosessiin liittyen *

(1=Vahvasti eri mieltä, 2=Eri mieltä, 3=En samaa enkä eri mieltä, 4=Samaa mieltä, 5=Vahvasti samaa mieltä)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Vahvasti eri mieltä

Vahvasti samaa mieltä

NOPEUS

22. Asiakas saa tarvittaessa yhteyden pankkiin riittävän nopeasti, esim. kysyäkseen neuvoa ongelmatilanteessa tai muissa asuntokauppaprosessiin liittyvissä kysymyksissä *

- Aina
- Usein
- Joskus
- Harvoin
- Ei koskaan

23. Kuinka usein asuntokauppaprosessi etenee tavoiteaikataulussaan? *

| | Ei koskaan | Harvoin | Joskus | Usein | Aina |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Pankkien valmistelun osalta (tavoite 5 pankkipäivää) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kauppakirjan allekirjoittamisen osalta (tavoite 24h) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kauppahinnan maksun osalta (tavoite seuraava pankkipäivä) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

24. Jos kaupassa tulee viivettä, mitkä ovat yleisimmät syyt? *

25. Löytyykö ongelmatilanteissa ratkaisu helposti? *

(Vaatiiko se esim. asiakkaalta tai sinulta/pankilta useamman kontaktin tai tarvitaanko esim. paljon selvittelyä tms?)

26. Kuinka pitkän viiveen ongelmatilanne yleensä tuo prosessiin? *

ASIOINNIN MIELLYTTÄVYYS

Arvioi seuraavia kysymyksiä/väittämiä asiakkaan näkökulmasta oman kokemuksesi ja arvioisi mukaisesti

27. Kuinka tärkeää asiakkaille on se, että erillistä kaupantekotilaisuutta ei tarvita? *

(1= Ei lainkaan tärkeää, 2= Ei tärkeää, 3= Neutraali, 4= Tärkeää, 5= Hyvin tärkeää)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Ei lainkaan tärkeää

Hyvin tärkeää

28. Kuinka vaivatonta asiakkaalle on asunto-osakekaupassa käytettävän DIAS-palvelualustan käyttö? *

(1= Hyvin vaikeaa, 2= Vaikeaa, 3= Ei helppoa eikä vaikeaa, 4= Helppoa, 5= Hyvin helppoa)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Hyvin vaikeaa

Hyvin helppoa

29. Kuinka vaivatonta asiakkaalle on kiinteistökaupassa käytettävien DIAS- ja KVP-palvelualustojen käyttö? *

(1= Hyvin vaikeaa, 2= Vaikeaa, 3= Ei helppoa eikä vaikeaa, 4= Helppoa, 5= Hyvin helppoa)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Hyvin vaikeaa

Hyvin helppoa

30. Minkälaista palautetta olet saanut asiakkailta digitaaliseen asuntokauppaan liittyen? *

- Vain positiivista
- Enimmäkseen positiivista
- Sekä positiivista että negatiivista
- Enimmäkseen negatiivista
- Vain negatiivista

31. Minkälaisista asioista on tullut positiivista palautetta? *

32. Minkälaisista asioista on tullut negatiivista palautetta? *

HENKILÖKOHTAISUUS

33. Oletko digitaalisen asuntokaupan jälkeen yhteydessä asiakkaaseen kysyäksesi kauppohen sujumisesta tms? *

- Aina
- Useimmiten
- Silloin tällöin
- Harvemmin
- En koskaan
- Vain jos olen yhteydessä muissa asioissa

34. Kerro tähän tarkemmin, millä tavalla olet asiakkaaseen yhteydessä (esim. puhelinsoitto, viesti, tms.) *

35. Kuinka tärkeää asiakkaalle on mielestäsi se, että häneen oltiin tai olisi oltu yhteydessä kauppohen jälkeen pankin toimesta ja kysytty esimerkiksi asuntokaupan sujumisesta? *

(1=Ei lainkaan tärkeää, 2=Ei tärkeää, 3=neutraali, 4=Tärkeää, 5=Hyvin tärkeää)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Ei lainkaan tärkeää

Hyvin tärkeää

36. Miten arvioisit tekemäsi yhteydenoton vaikuttavan asiakaskokemukseen? *

(1=Ei lainkaan tärkeää, 2=Ei tärkeää, 3=neutraali, 4=Tärkeää, 5=Hyvin tärkeää)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Ei lainkaan tärkeää

Hyvin tärkeää

37. Miten arvioit asiakkaan kokemusta ja hänelle jäänyttä vaikutelmaa/tunnejälkeä digitaalisesta asuntokaupasta, kun se toteutettiin ilman kasvokkain tehtävää kauppatilaisuutta? *

(Lämmin, neutraali, kylmä, tehokas jne.)

38. Miten arvioit digitaalisen asuntokaupan vaikuttavan asiakkaan kokemukseen osana kodinostajan polkua? *

39. Millaiset asiat vaikuttavat positiivisesti asiakaskokemukseen? *

40. Millaiset asiat vaikuttavat negatiivisesti asiakaskokemukseen? *

ASIAKASKOKEMUKSEN JOHTAMINEN

41. Oletko tyytyväinen (työnantajalta) saamaasi perehdytykseen ja tukeen digitaalisen asuntokauppaprosessin toteuttamiseksi? *

(1=Erittäin tyytymätön, 2=Tyytymätön, 3=En tyytyväinen enkä tyytymätön, 4=Tyytyväinen, 5=Erittäin tyytyväinen)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Erittäin tyytymätön

Erittäin tyytyväinen

42. Mihin asioihin olet tyytyväinen? *

43. Koetko tarvitsevasi lisäperehdytystä ja tukea? *

Kyllä

En

44. Kerro tarkemmin, millaista perehdytystä ja/tai tukea kaipaat *

SUOSITTELU

45. Miten todennäköisesti suosittelet digitaalista asuntokauppaa asiakkaillesi? *

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

En lainkaan todennäköisesti

Erittäin todennäköisesti

46. Mitkä asiat saivat sinut antamaan kyseisen arvosanan? *

47. Miten kehittäisit prosessia, jotta antaisit korkeamman arvosanan? *

48. Mikä on arviosi siitä, miten todennäköisesti asiakkaat suosittelevat digitaalista asuntokauppaa ystävälleen tai työtoverilleen? *

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

En lainkaan todennäköisesti

Erittäin todennäköisesti

Tämä ei ole Microsoftin luomaa tai suosittelemaa sisältöä. Lähettämäsi tiedot lähetetään lomakkeen omistajalle.