

2019-09-30 06:00 EEST

Pankkialan asiakastyytyväisyys säilyy haasteista huolimatta korkealla tasolla

Haasteita asiakkaan kohtaamisessa

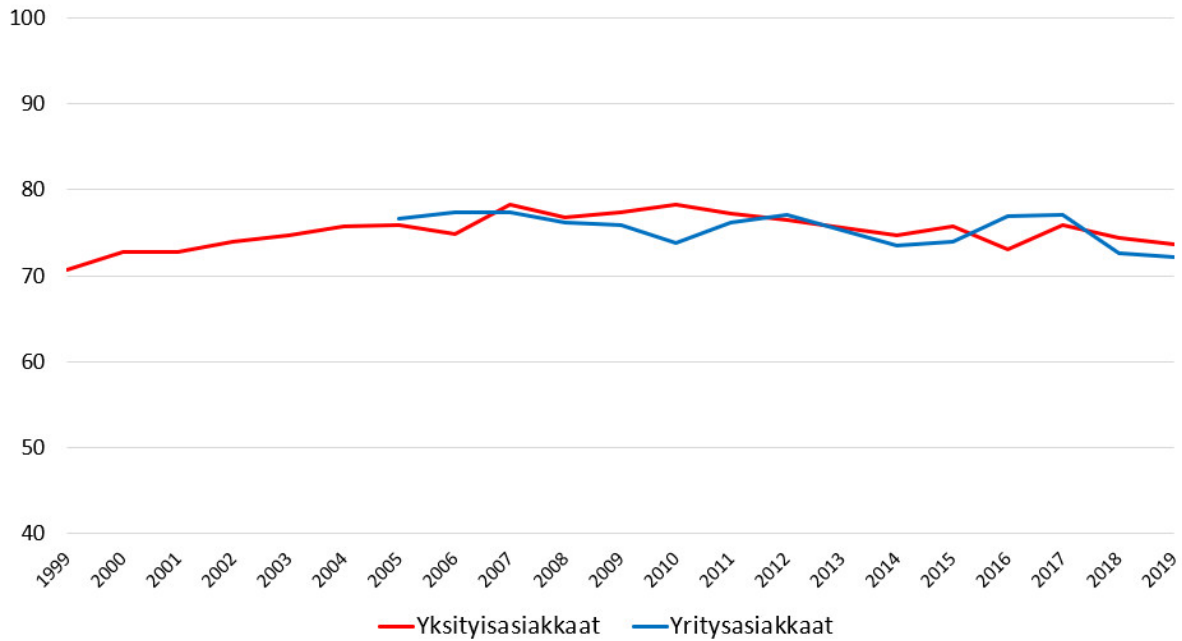
EPSI Ratingin vuosittain tekemä Pankki- ja rahoitustutkimus tutkii pankkien asiakastyytyväisyyttä ja asiakasuskollisuutta sekä sitä, mikä tekee asiakkaista tyytyväisiä ja uskollisia. Tutkimuksessa selvitetään toimialan yhtiöiden imagoa, asiakkaiden odotuksia, tuote- ja palvelulaatua sekä vastinetta rahalle. Tulokset tuotetaan indeksillä 100, jossa 75 on erittäin hyvä taso. POP Pankki, Säästöpankki sekä Handelsbanken ovat edelleen vuoden 2019 yksityisasiakkaiden asiakastyytyväisyyden kärjessä, POP Pankin johtaessa kolmikkoa. Kärkikolmikko on pysytellyt samana vuodesta 2016 lähtien, joskin sen sisäiset piste-erot kaventuvat nyt jo kolmatta vuotta peräkkäin. Handelsbanken sekä Säästöpankki pysyvät yrityspuolen asiakastyytyväisyyden kärjessä, Handelsbankenin johtaessa viime vuoden tavoin. Handelsbanken sekä Säästöpankki ovatkin yrityspuolella OP-ryhmän lisäksi ainoita, joiden asiakastyytyväisyys ei ole laskenut vuoden aikana.

Koko toimialan asiakastyytyväisyys on suunnilleen samalla tasolla vuoden 2018 kanssa, sekä yksityis- että yritysasiakkaiden keskuudessa, pysytellen edelleen korkealla tasolla. Suomalaiset asiakkaat pysyttelevät yhä asiakastyytyväisyyden kärjessä vertailtaessa toimialan tuloksia Pohjoismaiden, Britannian, sekä Hollannin kesken.

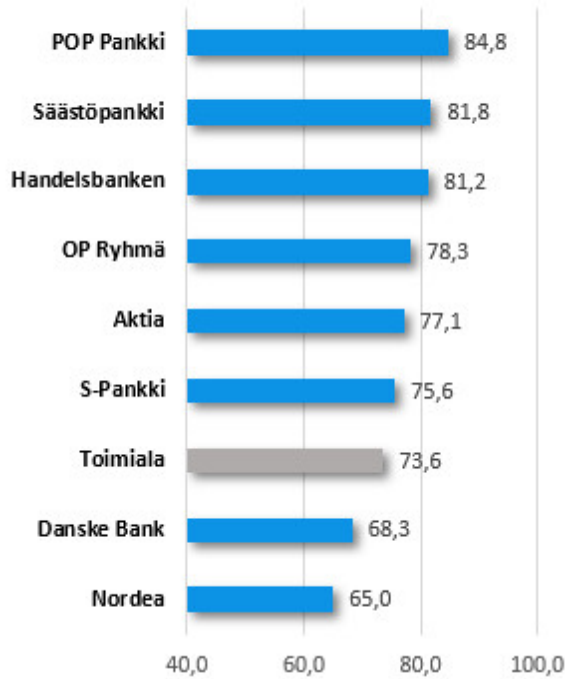
EPSI Rating Pankki ja rahoitus -tutkimus

Asiakastyytyväisyyden kehitys

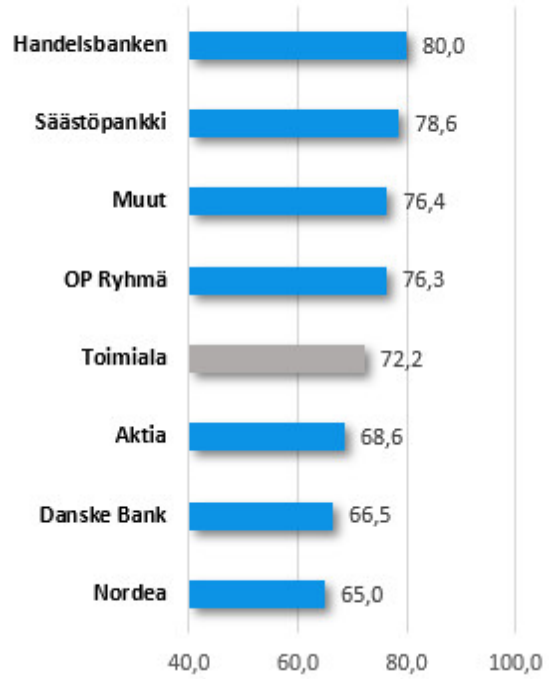
Indeksi 0-100



Asiakastyytyväisyys 2019 -
Yksityisasiakkaat



Asiakastyytyväisyys 2019 -
Yrityisasiakkaat



Vuoden suurin nousija asiakastyytyväisyydessä yksityisasiakaspuolella on Aktia kahdella indeksipisteellä, yritysasiakaspuolella OP-ryhmä hieman yli kolmella indeksipisteellä. Molemmat pankit ovat nostaneet asiakastyytyväisyyttä kaikilla osa-alueilla, Aktia eniten odotusten osalta, ja OP-ryhmän nousun taustalla taas vaikuttaa eniten palvelulaadun paraneminen. Merkittävimmin asiakastyytyväisyys on laskenut Danske Bankin, Nordean, sekä yksityispuolella myös S-Pankin asiakkaiden keskuudessa.



Pitkä asiakkuus, tyytyväinen asiakas?

Yleinen trendi vuodesta toiseen on ollut, että mitä kauemmin asiakkuus on jatkunut, sitä tyytyväisempi asiakas on. Tänä vuonna trendiin on tullut muutos ja tyytyväisimmät asiakkaat löytyvät selkeästi lyhyemmistä asiakkuuksista, esimerkiksi yksityisasiakkailta keskimäärin 1-5 vuoden asiakassuhteista. Toisaalta vähiten tyytyväisiä tässä ryhmässä ovat alle vuoden asiakkaina olleet. Samanaikaisesti tyytyväisimpiä ovat asiakkaat, joista tulee asiakkaita jonkinlaisen toiminnan, erityisesti tarjonnan vertailemisen kautta.

Yksityisasiakkaiden keskuudessa keskimäärin 4% ja yritysasiakkaiden keskuudessa 7% ilmoittaa aikovansa muuttaa pääpankkiaan tai avata asiakkuuden jossain muussa pankissa vuoden kuluessa. ”Vaikka osa kertoo

vaihtavansa pankkia seuraavan 12kk:n aikana, niin aina asiakkaat eivät kuitenkaan lopulta näin tee. Haasteena onkin arvioida, minkälaisia toimenpiteitä tämä pankilta edellyttää”, kertoo Heidi Laitinen, EPSI Rating Finlandin maajohtaja.

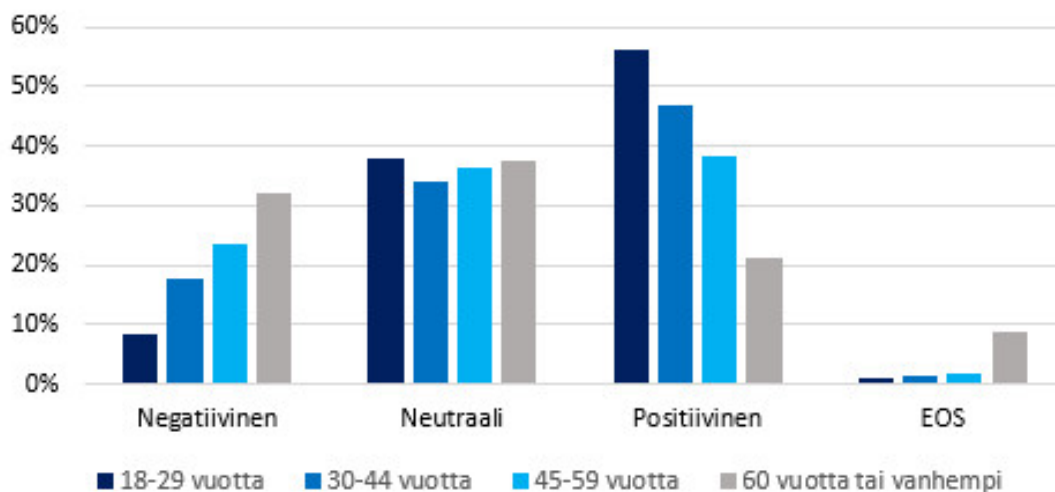
Digitalisaation haasteet kohti ihmisläheistä palvelua

Pankkialalla on viime vuoden tapaan haasteita yhdistää digitalisaatio läheisyyttä luovaan palveluun. Tutkimuksen mukaan asiakkaat, jotka ovat yhteydessä pankkiin, ovat myös tyytyväisimpiä.

”Henkilökohtainen pankkineuvoja nähdään usein henkilönä, johon saa yhteyden joko konttorissa, tai suoraan puhelimitse. Digitaalisuus voi tuntua pankin etääntymisenä, jolloin henkilökohtainen side pankkiin katkeaa. Haaste on kohdata asiakas hänen omista lähtökohdistaan”, sanoo Heidi Laitinen.

Asenteet digitalisaatiota kohtaan vaihtelevat myös ikäryhmittäin, negatiivisimmin digitaalisuuteen suhtautuvat yli 60-vuotiaat, kun taas positiivisimmin suhtautuvat ovat alle 30-vuotiaita. ”Yksinkertaistetusti sanoen, digitalisaatioon positiivisesti suhtautuvien osuus kasvaa selvästi mitä nuoremmasta ikäluokasta on kyse ja vastaavasti digitalisaatioon negatiivisesti suhtautuvien osuus kasvaa mitä korkeampaa ikäluokkaa tarkastellaan”, lisää Laitinen.

Pankkialan digitaalinen muutos on minulle myönteinen asia?



Kysymys on esitetty asteikolla 1-10. Luokittelussa 1-6 on määritelty negatiiviseksi, 7-8 neutraaliksi ja 9-10 positiiviseksi.

Yksityis- ja yritysasiakkaiden luottamus alaan samalla tasolla

Yksityisasiakkaiden luottamus alaan nousee ja yritysasiakkaiden luottamus alaan on laskussa. Yritysasiakkaiden luottamus on enää 0,5 indeksipistettä korkeammalla yksityisasiakkaisiin verrattuna. ”Tässäkin kohtaa on näkyvillä, että asiakkailla, joilla on ollut suora yhteys pankkiin, luottamus on hieman korkeammalla. Hyvä työkalu luottamuksen lisäämiseen on lisätä yhteydenpitoa”, lisää Laitinen.

Valitusten käsittelyllä voi nostaa asiakastyytyväisyyttä

Valitusten määrä pankkialalla on noussut merkittävästi viime vuodesta. Valitusten hoidossa on myös parannettavaa, sillä 27 % valittaneista yksityisasiakkaista on ollut yhteydessä pankkiin 3 kertaa tai enemmän ennen kuin asia saatiin hoidettua. Yrityspuolella osuus on jopa 36%. Valitusten käsittely onkin saanut asiakkailta erittäin matalat arvosanat, yksityispuolella jopa 30% asiakkaista on antanut tälle arvosanan 1-3.

”Valitusten käsittelyllä on suuri yhteys asiakastyytyväisyyteen, ja asiakastyytyväisyys onkin selvästi korkeampi niillä asiakkailla, joiden valitukset on käsitelty heidän mielestään hyvin. Myös valitusten osalta löytyy merkittäviäkin pankkikohtaisia eroja” kertoo Laitinen.

Pankki tukemassa yritystä kestävässä kehityksessä

Kestävä kehitys näyttäytyy tulosten valossa tärkeänä teemana sekä yksityis- että yritysasiakkaille. Kestävää kehitystä käsittelevien kysymysten osalta 60% sekä yritys- että yksityisasiakkaista arvioi tärkeäksi tai erittäin tärkeäksi sen, että pankki tekee töitä näiden asioiden eteen tai noudattaa niitä edistäviä toimintatapoja.

”Kestävän kehityksen tärkeys korostuu eritoten yritysasiakkaiden osalta myös pohjoismaisella tasolla. Kestävä kehitys on todellinen haaste yritysmaailmassa, joten pankkien toivotaan tukevan yritystä kestävän kehityksen haasteissa”, sanoo Laitinen.

Mobiilimaksaminen tunnetaan vielä huonosti

Tämän vuoden tutkimuksessa tutkittiin myös suurten

maksupalvelusovellusten tunnettuutta, tärkeyttä sekä käyttöä.

Maksupalveluista tunnettiin parhaiten Apple Pay ja Google Pay, joista Apple Payn tunsi tai tiesi 40% ja Google Payn 37% vastaajista. Kuitenkin vain neljä prosenttia vastaajista kertoi käyttävänsä Apple Payta ja hieman yli neljä prosenttia Google Payta.

Lähimaksun suosio erottuu maksupalveluista selkeästi. Lähimaksua käyttää jo jopa 77% kuluttajista. Lähimaksun suosio on varsin suurta myös Ruotsissa, joskin selvästi vähäisempää kuin Suomessa. Ruotsissa lähimaksun kertoi tietävänsä tai tuntevansa 77% vastaajista ja sitä käyttävänsä melko tarkkaan puolet vastaajista.

Tietoa Pankki ja rahoitus 2019 -tutkimuksesta

Uppolumi Oy* haastatteli Pankki ja rahoitus 2019 -tutkimukseen 1 685 Suomessa asuvaa yli 18-vuotiasta yksityisasiakasta, sekä 1365 yritysasiakasta. Puhelinhaastattelut tehtiin 15.7.-9.9.2019. Indeksi tuotetaan asteikolla 0–100, jossa 75 on erittäin hyvä, 60–75 tyytyväinen ja 0-60 tyytymätön.

Asiakastyytyväisyyden virhemarginaalit ovat yleisesti haarukassa +/- 2,5 indeksipistettä asteikolla 0-100. Poikkeuksena yksityisasiakkaiden osalta Danske Bank (4,0 indeksipistettä), S-Pankki (3,7) ja yritysasiakkaiden osalta Danske Bank (4,1), Aktia (3,7) sekä ryhmä Muut (4,9). Muut-ryhmää ei ole esitetty yksityisasiakkaita koskevassa tutkimuksessa pienen otantamäärän vuoksi.

Tilastollinen luottamustaso on 95% ja mallin selitysaste vaihtelee toimijoittain välillä 67-88 %.

**Vertailtavuuden vuoksi pieni osa tutkimuksen kentästä tehtiin yhteistyössä Userneeds A/S:n kanssa*

Tutkimuksen yhteenvetoon: www.epsi-finland.org/pankki-ja-rahoitus-2019/

Lisätietoa tutkimuksesta:

Heidi Laitinen, maajohtaja EPSI Rating Finland, +358 50 406 8796,
heidi.laitinen@epsi-finland.org

Asiakastyytyväisyys – Kuinka EPSI Rating mittaa sitä?

Asiakastyytyväisyyttä tutkitaan seuraavien kolmen kysymysten avulla:

Ajattele kaikkia kokemuksiasi, joita sinulla on pankistasi. Kuinka tyytyväinen olet?

Missä määrin pankkisi täyttää kaikki odotuksesi?

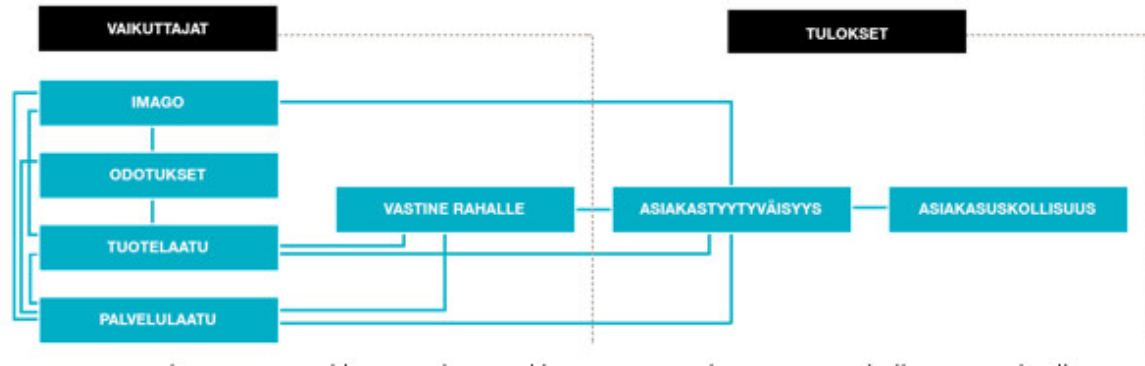
Kuvittele kaikin puolin täydellinen pankki. Kuinka lähellä tai kaukana pankkisi on tätä täydellistä pankkia?

Kunkin aspektin arvosana ilmoitetaan välillä 0-100. Mitä korkeampi arvosana, sitä paremman arvion pankki on saanut asiakkailtaan. Yleisesti voidaan sanoa, että yrityksillä, joiden asiakastyytyväisyyden arvosana on alle 60, on suuria vaikeuksia motivoida asiakkaita pysymään asiakkaina. Sen sijaan yli 75:n arvosana kertoo vahvasta yrityksen ja asiakkaan välisestä suhteesta.

Asiakastyytyväisyys ja asiakasuskollisuus ovat kaksi tärkeää avainindikaattoria yrityksille ja organisaatioille. Näiden kahden indikaattorin mittaamisen lisäksi EPSI-menetelmä tutkii viittä muuta aspektia, joiden avulla voidaan selvittää, mikä tekee asiakkaista tyytyväisiä ja uskollisia.

Kukin aspekti sisältää tietyn määrän kysymyksiä. Alla oleva kaavio kuvaa niitä alueita, joihin EPSI-menetelmä perustuu.

EPSI Rating



EPSI Rating tutkii, miten asiakkaista tulee asiakkaita ja miten he pysyvät uskollisina yritykselle. EPSI Ratingin tutkimukset selvittävät asiakkaiden kokemusten ja yrityksen kanssa käydyn vuorovaikutuksen avulla, mitä mieltä asiakkaat ovat yrityksestä. EPSI Ratingin tutkimusmenetelmä on Tukholman kauppakorkeakoulun suunnittelema ja toimii perustana puolueettomille ja luotettaville tutkimuksille.