

## EPSI Rating

Pankki ja rahoitus 2016

Päivämäärä: 2016-10-03

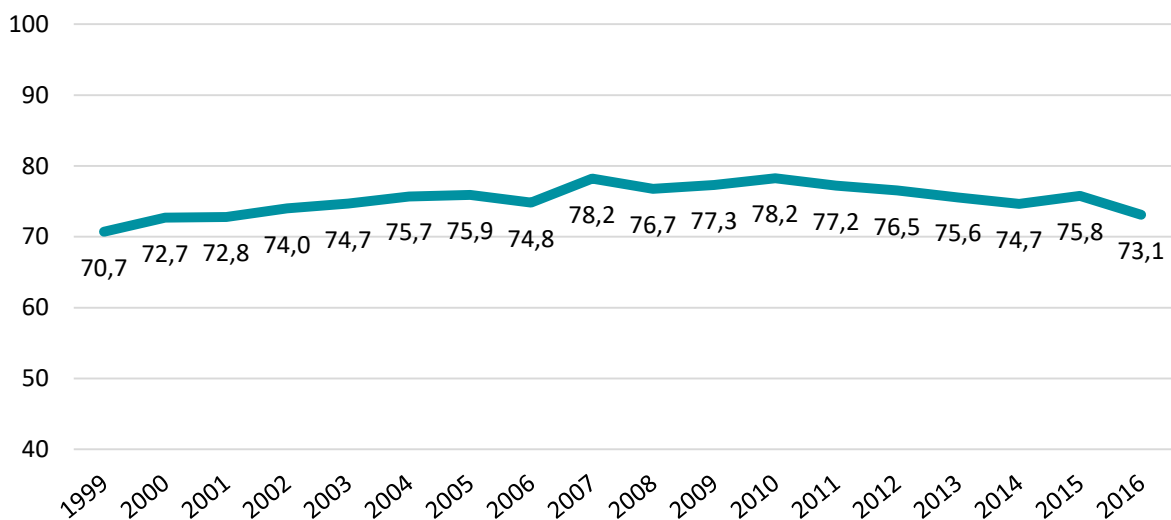
Lisätietojen saamiseksi, vieraile kotisivuillamme ([www.epsi-finland.org](http://www.epsi-finland.org)) tai ota yhteyttä

Tarja Ilvonen, CEO EPSI Rating Suomi

Puhelin: +358 50 569 1921

Sähköposti: [tarja.ilvonen@epsi-finland.org](mailto:tarja.ilvonen@epsi-finland.org)

### Asiakastytyväisyys Toimiala, yksityisasiakkaat Indeksi 0-100

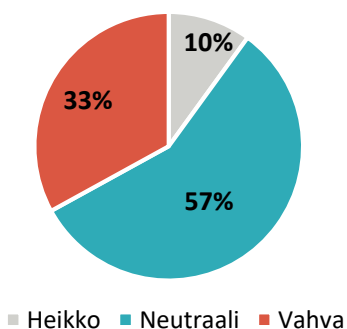


### Asiakastytyväisyyden kehitys laski Nordean vetämänä

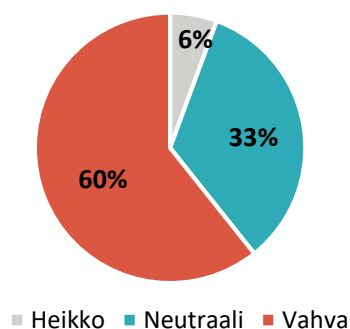
Asiakastytyväisyys pankkeja kohtaan on ollut Suomessa aina hyvällä tai jopa erittäin hyvällä tasolla. Suomessa on myös pohjoismaisesti perinteisesti oltu muita maita tyytyväisempiä. Tänä vuonna kansainvälisten pankkien asiakastytyväisyys on kuitenkin laskenut ja kokonaistyytyväisyyttä veti alaspäin erityisesti Nordea.

Luottamus yleisesti alaa kohtaan on kuitenkin kehittynyt myönteisesti ja neutraalisti alaan suhtautuvien määrä on selkeästi viime vuotta pienempi. Esimerkiksi Ruotsissa peräti 26 % vastaajista kokee luottamuksensa alaa kohtaan olevan heikko, jossa on selkeä kasvu edelliseen vuoteen verrattuna.

Luottamus alaan 2015



Luottamus alaan 2016



## Mikä tekee asiakkaista tyytyväisiä vuonna 2016?

Paikallisuus, läheisyys ja luotettavuus korostuvat pankkien yksityisasiakkaiden arvostuksissa tämän vuoden tutkimuksessa. Kansainvälisten pankkien asiakastyytyväisyys on laskenut. Uskollisimpia asiakkaat ovat POP Pankissa, OP:ssä ja Säästöpankissa. Vaikka suomalaiset ovat edelleen tyytyväisiä saamiinsa pankkipalveluihin, asiakkaiden odotukset ovat laskeneet peräti 5 indeksipistettä. Vaikka valtaosa asiakkaista käyttääkin digitaalisia kanavia, henkilökohtaista kohtaamista arvostetaan: asiakkaat joilla on oma yhteyshenkilö pankissa, ovat muita tyytyväisempiä.

Yrityisasiakkaiden osalta tilanne on viime vuoden kaltainen ja tyytyväisyys edelleen korkealla tasolla, myös odotusten osalta. Erityisesti asiakkaiden odotukset kohdistuvat korkeina pankin kykyyn vastata asiakkaan kaikkiin pankkitarpeisiin.

## Suomen tyytyväisimmät asiakkaat 2016

Yksityisasiakkaat	2016	Vertailu vuoteen 2015
POP Pankki	82,0	-0,4
Säästöpankki	81,6	1,1
Handelsbanken	80,1	-1,9
Credit24	79,9	
OP	78,5	0,3
Aktia	77,3	-2,5
Muut pankit	76,0	-5,0
Toimiala	73,1	-2,6
Danske Bank	67,7	-3,0
Nordea	65,1	-6,6

Yrityisasiakkaat	2016	Vertailu vuoteen 2015
OP	79,2	4,7
Muut pankit	78,4	-0,8
Handelsbanken	77,5	1,1
Toimiala	76,9	3,0
Aktia	76,6	-
Nordea	72,8	1,4
Danske Bank	72,6	0,2



- POP Pankilla on edelleen Suomen tyytyväisimmät yksityisasiakkaat.
- OP:lla on Suomen tyytyväisimmät yritysasiakkaat. Yrityisasiakkaiden tyytyväisyys ei ole toimialatasolla muuttunut juurikaan vuoteen 2015 verrattuna, mutta OP on noussut ykköseksi parantamalla jokaisella asiakastyytyväisyyden osa-alueella.

## Tulokset pähkinänkuoressa

- Suomessa pankkien asiakkaat ovat yleisesti ottaen hyvin tyytyväisiä pankkeihinsa. Tällä kertaa kuitenkin erityisesti yksityispuolella asiakkaiden odotukset ovat laskeneet jopa 5 pistettä, johtuen erityisesti Nordean heikentyneestä tuloksesta.
- Yksityisasiakkaista yli puolella (52 %) on pankissa oma yhteyshenkilö; asiakkaat joilla on oma yhteyshenkilö, ovat selkeästi (4,9 pistettä) tyytyväisempiä kuin muut asiakkaat.
- 66% yksityisasiakkaista näkee pankkialan digitaalisen muutoksen myönteisenä asiana. Digitaaliseen muutokseen myönteisesti suhtautuvat asiakkaat ovat huomattavasti (6,6 pistettä) muita tyytyväisempiä.
- Yksityisasiakkaista 34% käyttää mobiilisovellusta ja 87% verkkopankkia. Mobiili- tai verkkopankkia käyttävien ja muiden asiakkaiden tyytyväisyystasojen välillä ei ole juurikaan eroa.

## Innovatiivisuus tärkeää asiakkaille

Innovatiivisuus on yksi tämän hetken tärkeimmistä asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä, mutta asiakkaiden mielestä pankkien innovatiivisuus on suhteellisen vähäistä. Pikaluottoyhtiö Credit24 on asiakkaiden kokemuksen mukaan innovatiivisuuden huipulla, mahdollisesti johtuen erikoistumiskohteestaan ("Niche-market").

Pankkitutkimus 2016 Yksityisasiakkaat	Väittäjä: Sinun pankkisi on innovatiivinen? (Indeksi 0-100)
Credit24	80,2
POP Pankki	78,6
Säästöpankki	75,7
OP	74,1
Muut pankit	72,8
Handelsbanken	72,3
Aktia	71,7
Toimiala	69,4
Danske Bank	66,9
Nordea	62,4



## Digitaalisuus nähdään myönteisenä tekijänä

Tämän vuoden tutkimuksen mukaan 34 % yksityisasiakkaista käyttää mobiilipankkisovellusta, kun viime vuonna vastaava luku oli noin 25 % (87 % käyttää verkkopankkia). Mobiili- tai verkkopankkia käyttävien ja muiden asiakkaiden tyytyväisyystasojen välillä ei ole juurikaan eroa. Suurin osa niistä, jotka eivät käytä mobiilisovellusta, kommentoivat että he eivät vain ole kokeneet tarvetta sille.

Vaikka digitalisaatio onkin pankkialalla kasvussa ja ihmiset ovat yleisesti myönteisiä tätä muutosta kohtaan, yhteydenpitokanavana pankin ja asiakkaan välillä on selkeästi suurimpana edelleen puhelin (35 %) ja konttorikäynnit (43 %). Läkkäimmät asiakkaat olivat valinneet viimeisintä asiointikertaa kysyttäessä

konttorilla käynnin selkeästi muita useammin (61 %), mutta myös 45-60 vuotiaista yli 40 % asioi menemällä konttoriin ja nuoristakin (alle 29 vuotiaat) lähes kolmannes. Sosiaalisen median kautta yhteydenpito ei ole vielä ottanut jalansijaa asiointimuotona.

### Asiakastyytyväisyys 2012-2016

Yksityisasiakkaat	2012	2013	2014	2015	2016
Aktia	80,2	79,7	77,7	79,8	77,3
Credit24					79,9
Danske Bank	72,4	66,2	67,9	70,8	67,7
Handelsbanken	81,3	81,7	81,5	81,9	80,1
Nordea	72,0	72,8	71,8	71,8	65,1
OP	79,9	78,2	76,6	78,2	78,5
POP Pankki	83,2	82,7	81,4	82,4	82,0
S-Pankki	81,2	79,8	80,7	75,0	
Säästöpankki	82,3	80,6	80,7	80,5	81,6
Muut pankit	80,0	84,2		81,0	76,0
<b>Toimiala</b>	<b>76,5</b>	<b>75,6</b>	<b>74,7</b>	<b>75,8</b>	<b>73,1</b>

Yrityisasiakkaat	2012	2013	2014	2015	2016
Aktia					76,6
Danske Bank	74,2	73,0	68,5	72,4	72,6
Handelsbanken	80,2	78,8	77,0	76,4	77,5
Nordea	75,3	73,9	71,2	71,4	72,8
OP	77,9	76,1	75,4	74,5	79,2
Muut pankit	80,4	77,4	76,4	79,1	78,4
<b>Toimiala</b>	<b>77,0</b>	<b>75,3</b>	<b>73,5</b>	<b>73,9</b>	<b>76,9</b>

### Tietoa Pankki ja rahoitus 2016 -tutkimuksesta

Tutkimuksen kohderyhmä koostuu 18-79 vuotiaista suomalaisista pankkien ja rahoitusyhtiöiden asiakkaista. Tiedot on kerännyt Norstat Finland puhelinhaastatteluiden avulla. Kysymyslomake sisälsi runsaat 30 mallikysymystä ja 15 taustakysymystä. Kysymyksiin vastattiin asteikolla 1–10. Kunkin haastattelun kesto oli 8–10 minuuttia ja vastaajiin otettiin yhteyttä enintään viisi kertaa, jotta haastattelun todennäköisyys olisi mahdollisimman suuri.

Norstat Finland haastatteli Pankki ja rahoitus 2016 -tutkimukseen 1 922 Suomessa asuvaa 18–79-vuotiasta yksityisasiakasta, sekä 1 183 yritysasiakasta. Puhelinhaastattelut tehtiin 4.8.-15.9.2016. Vastaavat tutkimukset on toteutettu Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa, Hollannissa sekä Isossa-Britanniassa.

## Asiakastyytyväisyys – Kuinka EPSI Rating mittaa sitä?

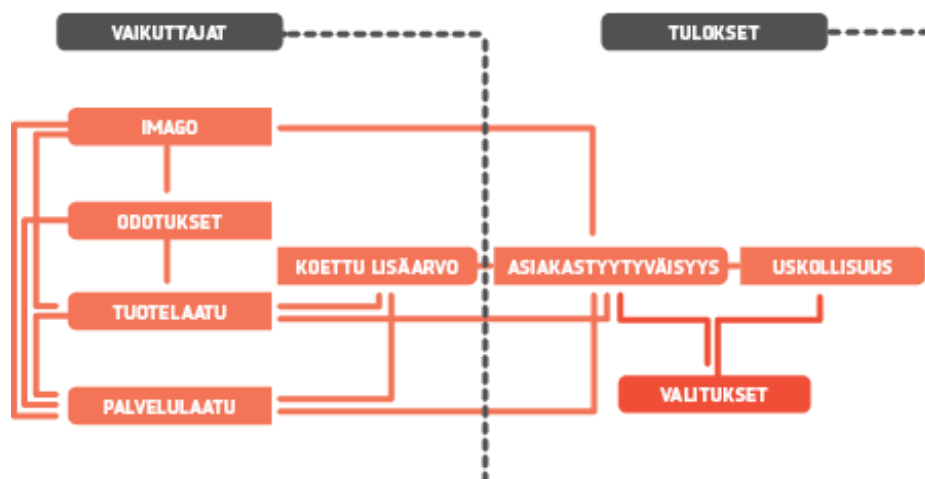
Asiakastyytyväisyyttä tutkitaan seuraavien kolmen kysymysten avulla:

- Ajattele koko kokemustasi sinun pankistasi. Miten tyytyväinen olet?
- Missä määrin sinun pankkisi mielestäsi täyttää odotuksesi?
- Kuvittele joka suhteessa täydellistä pankkia. Miten kaukana tai miten lähellä täydellistä pankkia sinun pankkisi mielestäsi on?

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 raportit ja esitelmät 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.