

EPSI Rating

Pankki ja rahoitus 2020

Päivämäärä: 28-09-2020

Lisätiedot:

Heidi Laitinen, maajohtaja EPSI Rating Suomi

Puhelin: +358 50 406 8796

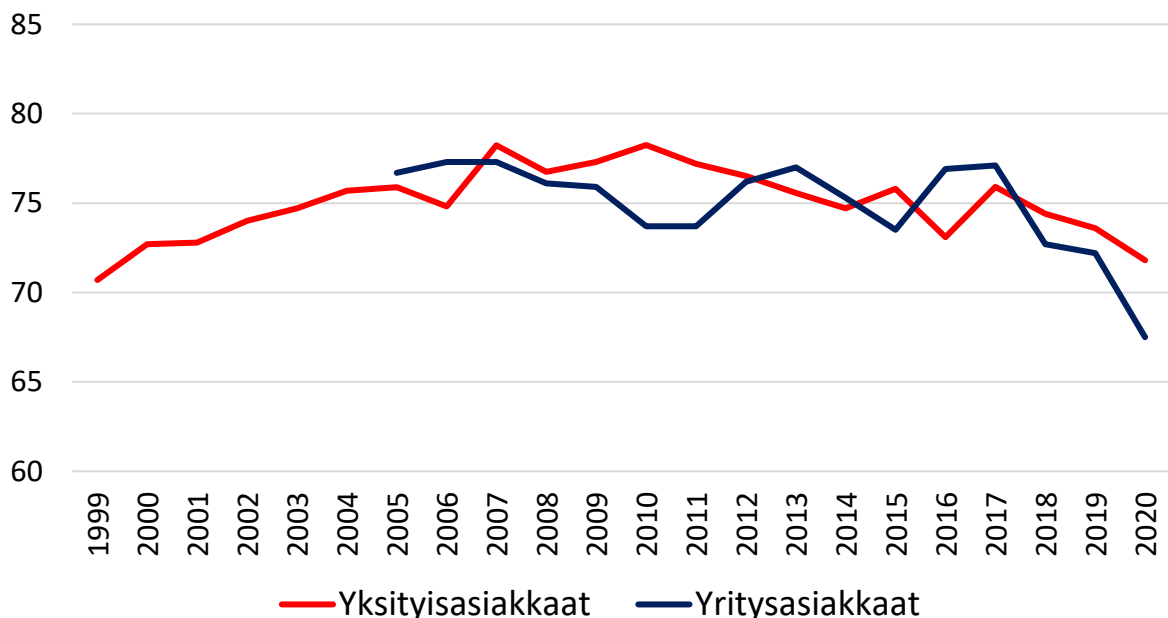
Sähköposti: heidi.laitinen@epsi-finland.org

Digitaalinen sitoutuminen tuottaa pankeille suuria haasteita

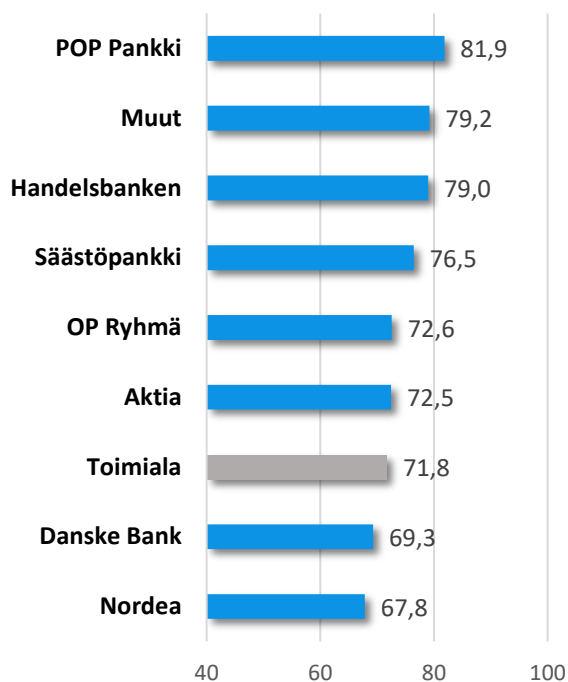
EPSI Ratingin Pankki ja rahoitus 2020 -tutkimus osoittaa pankkialan asiakastytyväisyyden olevan Suomessa laskusuunnassa. Asiakastytyväisyys on kahden vuosikymmenen mittaushistorian puitteissa jopa poikkeuksellisen matalalla tasolla, sillä poikkeuksellinen tilanne on pakottanut toimijat merkittäviin muutoksiin asiakaskokemuksen ylläpitämiseksi. Digitaalisten palvelujen käyttöaste sekä käyttäjien määrä nousee ja vaatimukset digitaalisia palveluja kohtaan kasvavat, mutta muuttunut asiakaskäyttäytymisen toimintaympäristö ei ole poistanut asiakaspalvelun ja henkilökohtaisen asiakassuhteen merkitystä.

Asiakastytyväisyyden kehitys Suomessa

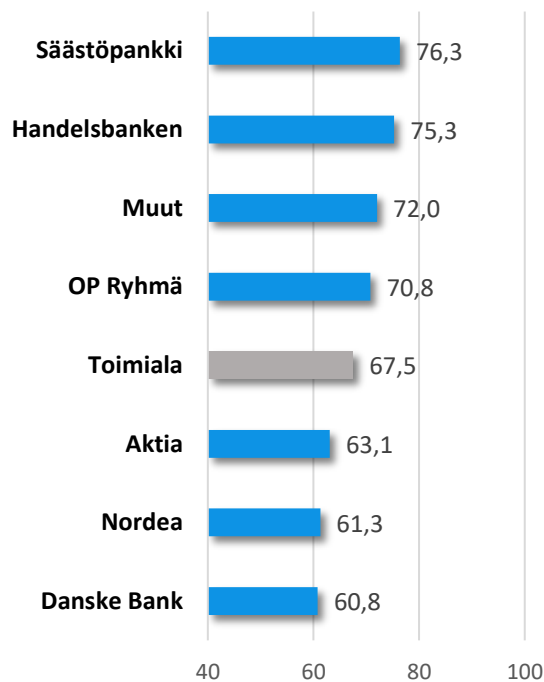
Pankki ja rahoitus



Asiakastyytyväisyys 2020 - Yksityisasiakkaat



Asiakastyytyväisyys 2020 - Yrityisasiakkaat

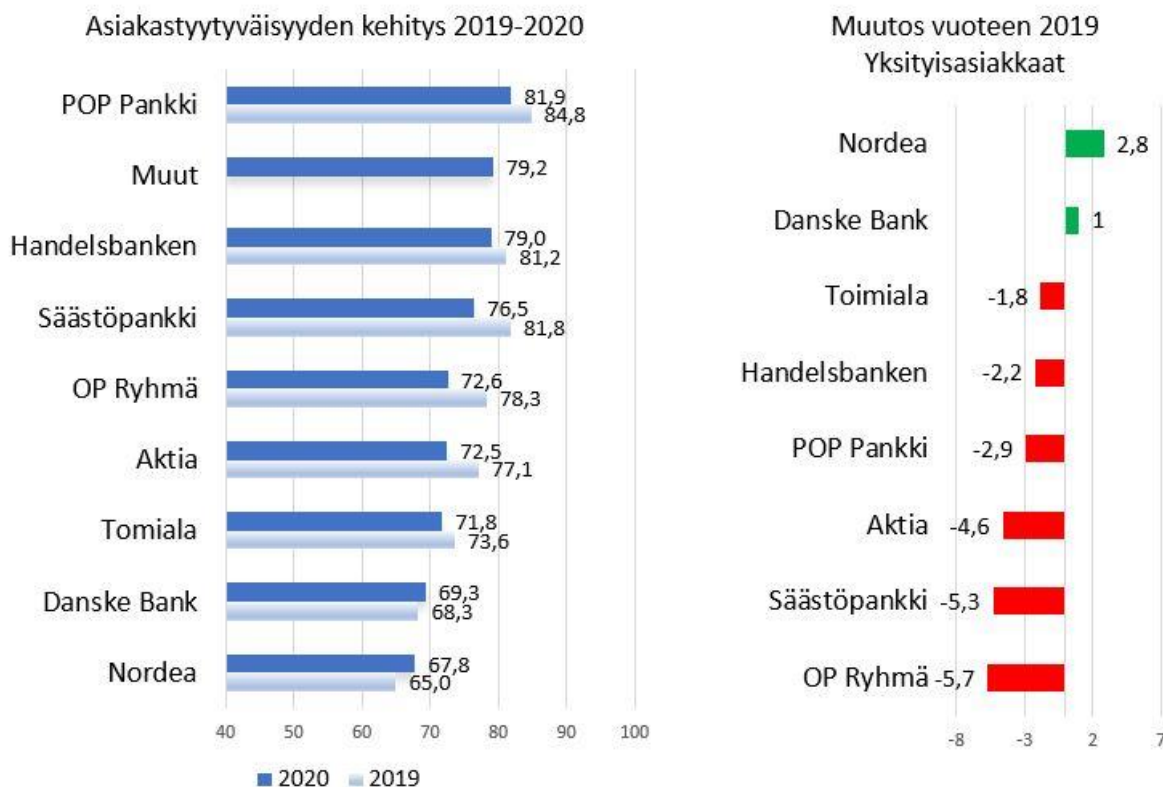


Yksityisasiakkaiden keskuudessa hienoista laskua

Pankkialan yksityisasiakkaiden asiakastyytyväisyys saavutti pitkän aikavälin huippunsa vuonna 2010 ja kääntyi sen jälkeen laskuun. Vuoden 2020 tulos on matalin 2000-luvulla. Lasku edellisestä vuodesta on tästä huolimatta maltillinen, 1,8 indeksipistettä.

Vertailun kärkeen sijoittuu jälleen POP Pankki, jolle kärkisija on yhdeksäs viimeisen kymmenen toimialatutkimuksen aikana. Vuodesta 2016 asti samana pysytelleen vertailtujen yksittäisten pankkien kärkikolmikon täydentävät Handelsbanken ja Säästöpankki. Nämä pankit ovat jo muutaman vuoden ajan olleet kuluttaja-asiakkaiden asiakastyytyväisyyden eturintamassa korkean imagon, tuotteiden sekä palvelun ansiosta. Tänä vuonna rankingissä näiden väliin myös kiilaa pääosin S-Pankista, Ålandsbankenista ja OmaSäästöpankista koostuva ryhmä Muut.

Lähes kaikkien pankkien asiakastyytyväisyys on laskenut vuoteen 2019 verrattuna. Merkittävämpänä poikkeuksena tässä suhteessa erottuu Nordea, joka korkeamman imagon sekä tuotelaadun myötä on onnistunut nostamaan tyytyväisyyttä 2,8 indeksipistettä ja supistamaan eroa toimialan keskitasoon huomattavasti.



”Kuten kaikilla toimialoilla, pandemia on pakottanut toimijat merkittäviin muutoksiin asiakaskokemuksen ylläpitämiseksi. Tänä poikkeuksellisena digitalisaation nousukautena lähes kaikkien vertailtujen toimijoiden asiakastyytyväisyys on laskenut viime vuoteen verrattuna”, kertoo Heidi Laitinen, EPSI Rating Finlandin maajohtaja.

Rankingin keskivaiheilla viime vuoden nousija Aktia on puolestaan edelleen supistanut eroa OP Ryhmään ja pankit ovat nyt lähes tasoissa.

Asiakastyytyväisyyden merkittävimpien osa-alueiden (imago, tuotelaatu, palvelulaatu ja vastine rahalle) osalta merkittävin muutos on palvelulaadun lasku, -3,4 indeksipistettä. Vertailun ykkönen POP Pankki onkin osaltaan onnistunut toimialan keskitasoon suhteutettuna parhaiten juuri palvelulaadussa, jossa parhaiten onnistuivat myös Säästöpankki, OP Ryhmä sekä Aktia. Handelsbankenin vahvuuksiin puolestaan lukeutuu korkea imago, joka on ollut pankin vahvuuksia jo aiempinakin vuosina. Nordean ja Danske Bankin osalta paras suoriutuminen toimialan keskitasoon suhteutettuna on puolestaan tuotelaadussa.



Yritysasiakkaiden tyytyväisyys mittaushistorian matalin

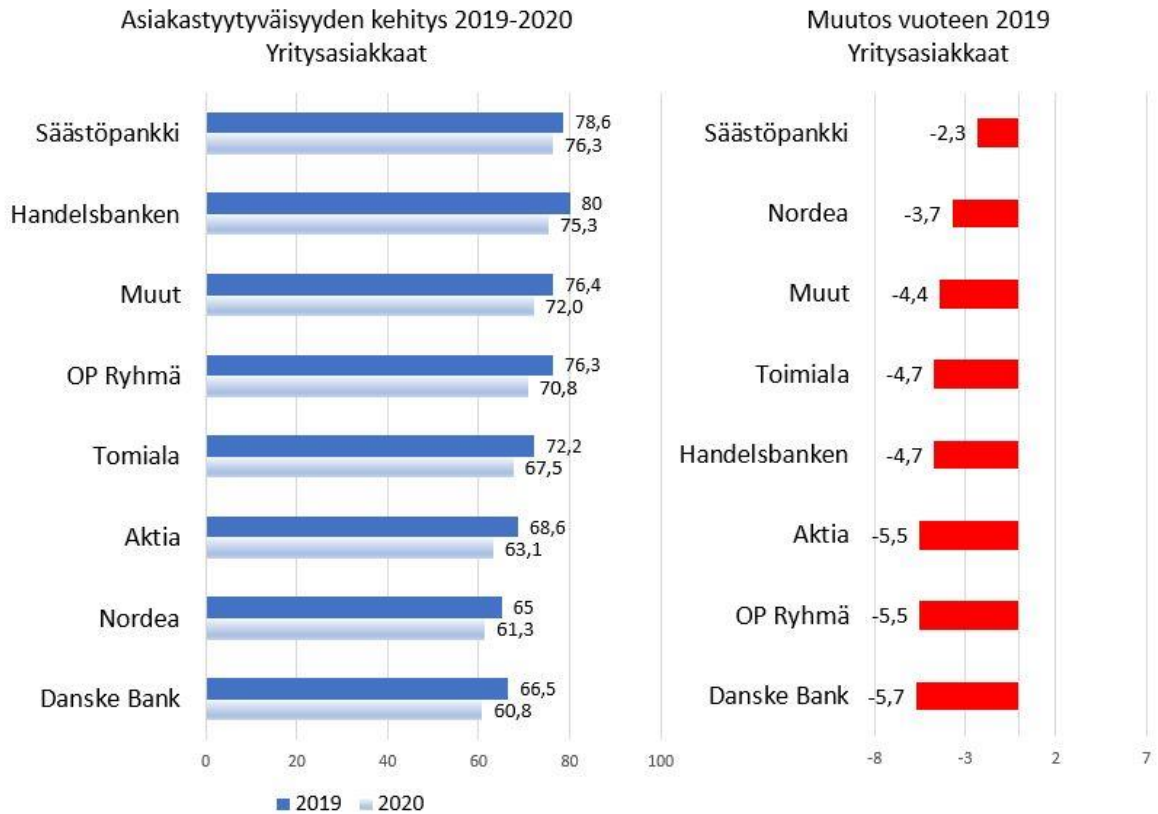
Pudotus on yritysasiakkaiden keskuudessa yksityisasiakkaita suurempi, asiakastyytyväisyyden laskiessa -4,7 indekspistettä. Asiakastyytyväisyys on vuodesta 2005 alkaneen mittaushistorian matalimmalla tasolla ja laskee ensimmäistä kertaa alle 70:n indekspisteen.

Kaikkien toimijoiden tyytyväisyys on laskenut vuoteen 2019 verrattuna. Osa-aluekohtainen lasku on suhteellisen tasaista, n. 3–4 indekspistettä, palvelulaadun laskun ollessa yksityispuolen tapaan hieman voimakkaampaa.

Yritysasiakaspuolen kärkeen yltää tänä vuonna ensimmäistä kertaa Säästöpankki, joka tutkimustulosten valossa näyttäisi parhaiten onnistuneen sisällyttämään henkilökohtaisen vuorovaikutuksen edut digitaaliseen kanssakäymiseen.

Kahden edellisen vuoden voittaja ja vahvan imagon omaava Handelsbanken puolestaan säilyttää asemansa kärkikaksikossa. Handelsbankenin vahvat tulokset sekä yksityis- että yrityspuolella nostavat pankin myös koko toimialan kärkeen, kun tuloksiin lasketaan mukaan sekä yksityis- että yritysasiakkaat.

Vuoden suurin laskija yrityspuolella on Danske Bank, -5,7 indekspistettä. Samalla kun Nordean yritysasiakkaiden tyytyväisyys on laskenut Säästöpankin jälkeen vähiten, nousee Nordea Danske Bankin ohi kuudenneksi.



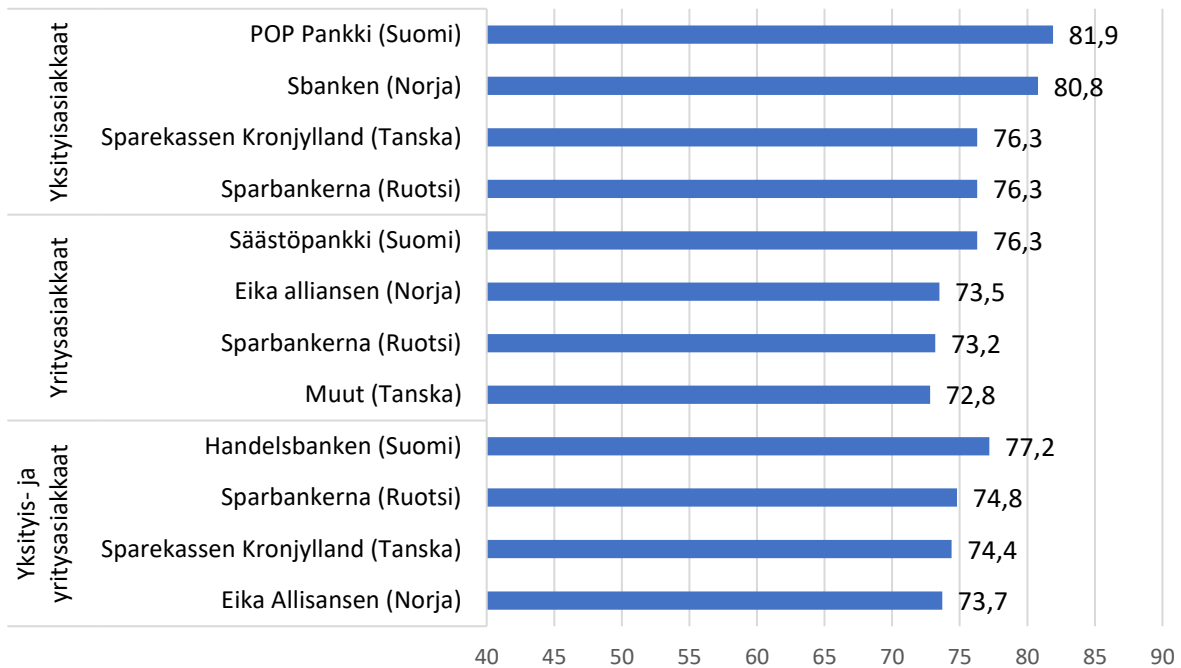
Osa-alueella kärkikaksikko erottuu toimialan keskitasoon nähden suhteellisen tasaisesti mutta eniten imagon ja palvelulaadun osalta, muista toimijoista OP Ryhmän ja Danske Bankin suoriutuessa toimialan keskitasoon nähden parhaiten palvelulaadussa, Aktia ja Nordea puolestaan tuotelaadussa.



Asiakastyytyväisyys Suomessa edelleen kokonaisuutena Pohjoismaiden korkeinta

Yksityispuolella POP Pankki sekä yrityspuolella Säästöpankki saavat myös Pohjoismaisessa vertailussa korkeimmat pisteet. Lähimmäksi POP Pankkia yltää Sbanken Norjassa (80,8 indeksipistettä) ja Säästöpankkia Suomen Handelsbankenin jälkeen Eika Alliansen niin ikään Norjassa (73,5 indeksipistettä). Kun otetaan huomioon sekä yksityis- että yritysasiakkaat, Suomen Handelsbanken sijoittuu vertailun kärkeen.

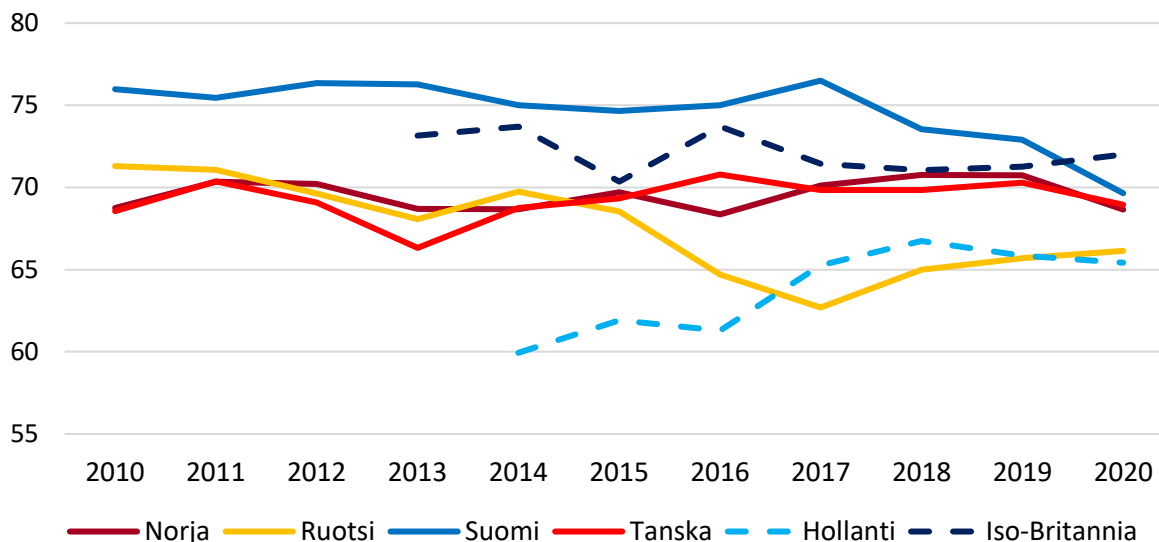
Pohjoismaiden parhaat, ranking



Erot eri maiden asiakastyytyväisyydessä ovat olleet supistumaan päin vuoden 2017 jälkeen. Yksityisasiakkaiden keskuudessa tyytyväisimmät asiakkaat Pohjoismaissa löytyvät edelleen Suomesta, kuten joka vuosi 2000-luvulla. Yrityisasiakkaiden parissa tyytyväisyys puolestaan oli Suomessa Pohjoismaiden korkeinta vuosina 2005-2019, mutta on tänä vuonna tippunut niukasti Tanskan (69 indeksipistettä) ja äärimmäisen niukasti myös Norjan (67,6) tason alle.

Pankkialan yleiset kehitystrendit

Yksityis- ja yritysasiakkaiden keskiarvo



Kun molempia sektoreita tarkastellaan samanaikaisesti, Suomen asema tyytyväisimpien asiakkaiden Pohjoismaana kuitenkin säilyy 69,7:n indeksipisteen tuloksella, pienellä erolla Tanskaan (69 indeksipistettä) ja Norjaan (68,7 indeksipistettä). Kokonaisvertailussa Iso-Britannia ohittaa Pohjoismaat ensimmäistä kertaa, Hollannin jäädessä kaikkien Pohjoismaiden alle.

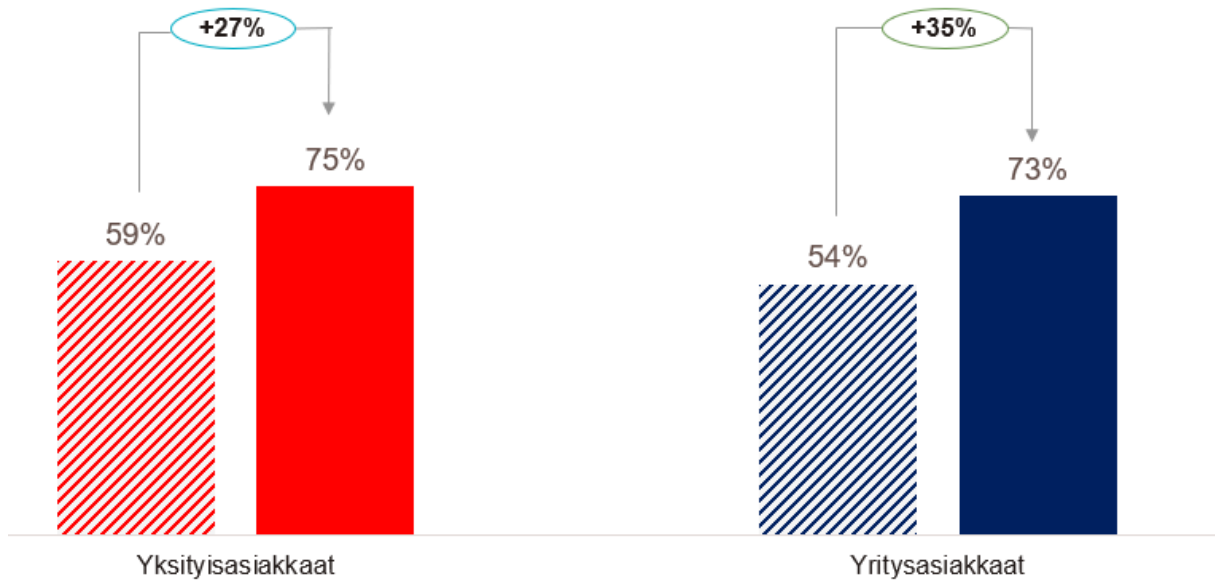
Kohti uutta normaalia

Tutkimustulosten mukaan vuoden 2020 poikkeuksellinen tilanne on nopeuttanut pankkialan digitaalista muutosta ja nämä muutokset eivät todennäköisesti ole väliaikaisia, vaan merkitsevät pikemminkin uutta normaalia asiakaskäyttäytymistä COVID-19-jälkeisellä ajalla.

Esimerkiksi mobiilipankkisovellusta käyttävien osuus on sekä yksityisasiakkaiden että yritysasiakkaiden keskuudessa noussut vuodessa reilusta 50%:sta vuoden 2020 n. 75%:iin. Yksityisasiakkaiden mobiilisovelluksen käyttö lisääntyi merkittävästi jo vuosien 2018 ja 2019 välillä, mutta yritysasiakkaiden parissa kasvu on ollut tänä vuonna poikkeuksellisen suurta.

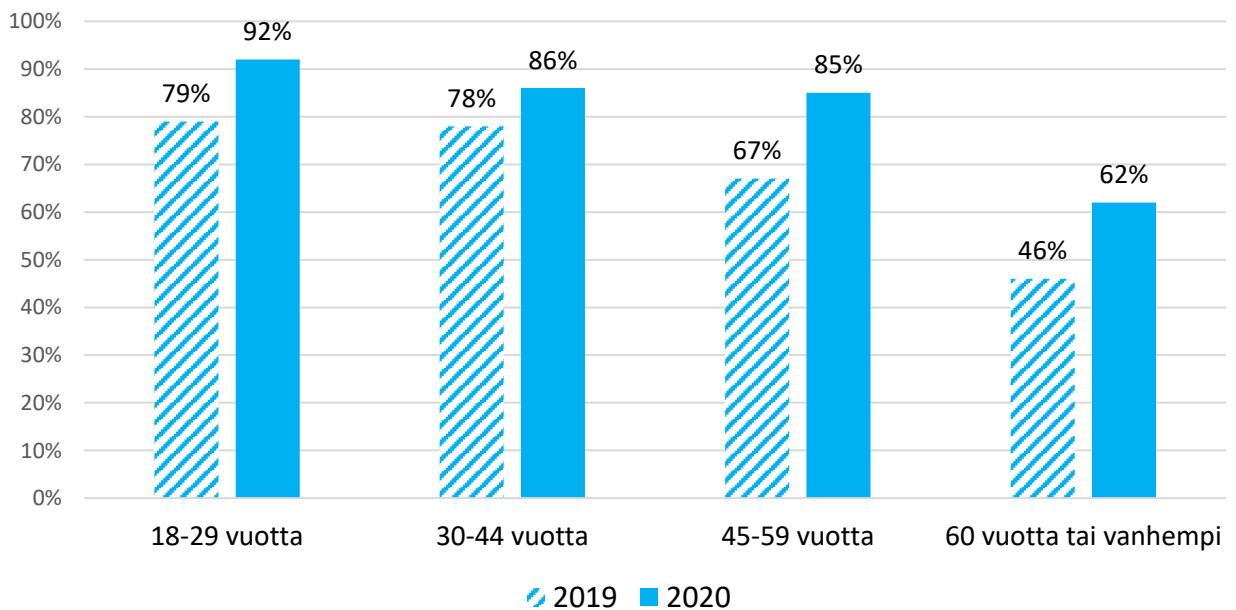
”Koronaviruspandemia on luonut meille tien, joka muuttaa radikaalisti tapaa, jolla asiakkaat ovat vuorovaikutuksessa pankkiensa kanssa. Ja on myös nähtävillä, että kun asiakkaat tottuvat käyttämään uusia digitaalisia palveluja, harvat palaavat vanhoihin tapoihinsa”, lisää Laitinen

Mobiilipankkia käyttävien osuus 2019-2020



Yksityisasiakkaiden keskuudessa mobiilipankkisovelluksen käyttäminen on lisääntynyt kaikissa ikäluokissa selvästi. Myös jo entuudestaan erittäin yleisesti käytettyä verkkopankkia käyttävien osuus kasvoi yli 60-vuotiaiden keskuudessa.

Mobiilipankkisovellusta käyttävien osuus





Digitaalisuus osana asiakastytyväisyyden muutosta

Aina vuoteen 2019 asti, yli 50% asiakkaista on ollut riippuvaisia fyysisistä pankkikonttoreista ja pankkikonttoreiden karsiminen on lisännyt tyytymättömyyttä. Siinä missä vuoden 2019 toimialatutkimuksessa 55% asiakkaista kertoi vierailleensa pankkinsa konttorissa edeltäneen 12kk:n aikana, osuus on nyt 42%.

Asiakaskäyttäytyminen on muuttunut, sillä jo maaliskuun lopulla COVID-19 -kriisin alettua 5% asiakkaista arvioi tilanteen muuttaneen pankkiasiointiaan ja 22% uskoi digitaalisten väylien kautta käytävän yhteydenpidon pankkinsa kanssa lisääntyvän tulevaisuudessa (Lähde: EPSI Ratingin COVID-19 -tutkimus, 2.4.2020). Asiakkaat ovat myös odottaneet saavansa samaa palvelutasoa digitaalisesti ja merkittävä syy pankkialan asiakastytyväisyyden laskuun löytyykin asiakkaiden tyytymättömyydestä pankin digitaalisiin kanaviin.

”Vaikka on todennäköistä, että asiakkaat jatkavat fyysisen pankkipalvelun siirtämistä online- ja mobiilipalveluihin, on asiakaspalveluneuvojen henkilökohtainen kosketus edelleen tärkeä. Pankkien on vastattava haasteeseen sisällyttää henkilökohtaisen vuorovaikutuksen edut digitaaliseen tarjontaan ja samalla parantaa kokonaisvaltaista asiakaskokemusta”, lisää Laitinen.

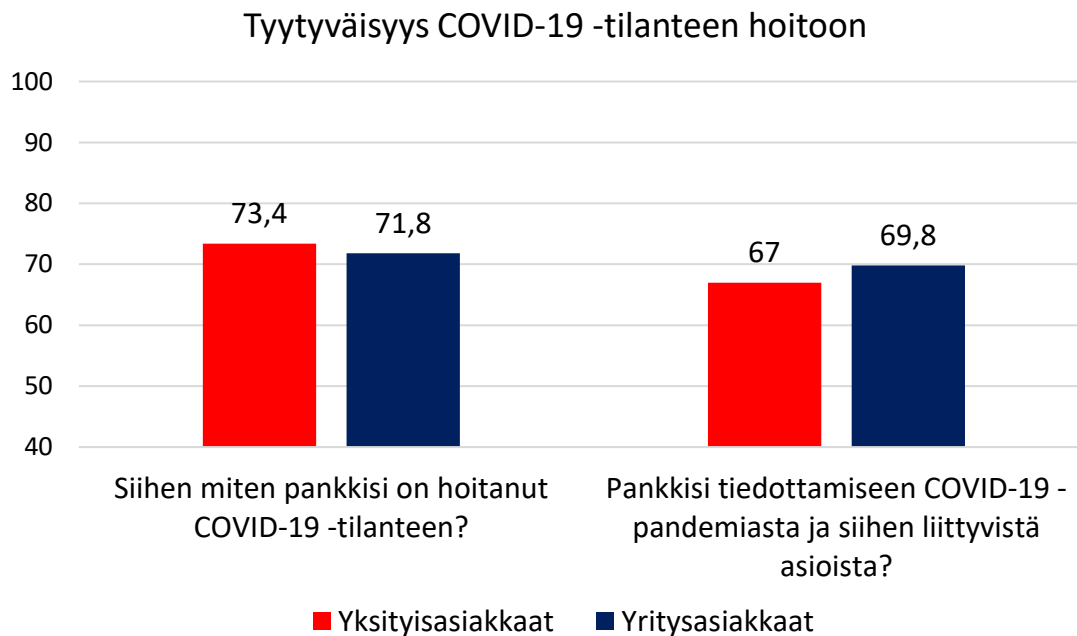
Digitalisoitumisesta ja siinä nähtävästä kiihtyvistä kehityksestä huolimatta henkilökohtainen palvelu on edelleen tärkeää. Tästä kielii toimialan asiakastytyväisyyden laskun taustalla nähtävissä oleva palvelulaadun lasku, mutta myös se, että tyytyväisimpiä asiakkaita vaikuttaisivat edelleen olevan he, joilla on pankkiinsa muunkinlainen kuin digitaalinen suhde. Viimeisten 12kk:n aikana pankkiinsa yhteydessä olleet ovat sekä yksityis- että yritysasiakkaiden keskuudessa keskimäärin tyytyväisempiä kuin he jotka eivät ole olleet yhteydessä. Lisäksi yksityisasiakkaiden keskuudessa pankkinsa konttorissa viimeisten 12kk:n aikana vierailleet ovat konttorivierailua tekemättömiä tyytyväisempiä ja sekä konttorissa vierailleet että pankkinsa kanssa puhelimitse asioineet ovat tyytyväisempiä kuin he jotka ovat asioineet pankkinsa kanssa sähköpostitse. Myös ne asiakkaat - erityisesti yrityspuolella - joilla on pankissaan nimetty yhteyshenkilö ovat tyytyväisempiä kuin muut. Lisäksi tyytyväisyys on sekä yksityis- että yritysasiakkaiden osalta huomattavasti korkeampaa niiden asiakkaiden parissa, jotka kokevat

pankkinsa tuntevan heidät/heidän yrityksensä tarpeet, kokevat tietävänsä mistä saada henkilökohtaista palvelua pankistaan ja kokevat pankin panostavan lähiympäristöönsä.

Kriisinaikainen toiminta kerää enemmän ruusuja kuin risuja

Kuluttajapuolella vain 7% asiakkaista kritisoi pankkien toimintaa COVID-19 -pandemiatilanteen hoidossa yleisesti ja 64% puolestaan arvioi pankin hoitaneen tilanteen hyvin tai erittäin hyvin. Yrittäjäpuolella kritisoijia on 13% ja hyvän arvion antaneita 62%.

Tiedottamiseen koronapandemiasta ja siihen liittyvistä asioista ollaan hieman tyytymättömämpiä kuin tilanteen hoitamiseen yleisesti. Yksityisasiakkaat (73,4) ovat keskimäärin yritysasiakkaita (71,8) tyytyväisempiä tilanteen hoitamiseen kokonaisuudessaan ja yritysasiakkaat (69,8) keskimäärin yksityisasiakkaita (67) tyytyväisempiä tiedottamiseen.



Tietoa Pankki ja rahoitus 2020 -tutkimuksesta

Uppolumi Oy* haastatteli Pankki ja rahoitus 2020 -tutkimukseen 1 397 Suomessa asuvaa yli 18-vuotiasta yksityisasiakasta, sekä 869 yritysasiakasta. Puhelinhaastattelut tehtiin 15.7.-9.9.2020. Indeksi tuotetaan asteikolla 0–100, jossa 0-60 on tyytymätön, 60-75 on tyytyväinen ja yli 75 erittäin tyytyväinen.

Asiakastyytyväisyyden virhemarginaalit ovat yleisesti haarukassa n. +/- 3 indeksipistettä asteikolla 0-100. Poikkeuksena yksityisasiakkaiden osalta POP Pankki (1,8), Handelsbanken (1,8) sekä Danske Bank (3,5), ja yritysasiakkaiden osalta Aktia (4,3), Nordea (4,3) ja Handelsbanken (2,3). Yrityspuolella Muut-ryhmän (virhemarginaali 6,9) tulokseen tulee suhtautua suuntaa-antavana.

Tilastollinen luottamustaso on 95% ja mallin selitysaste vaihtelee toimijoittain välillä 75-90 %.

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

Asiakastyytyväisyys – Kuinka EPSI Rating mittaa sitä?

Asiakastyytyväisyyttä tutkitaan seuraavien kolmen kysymysten avulla:

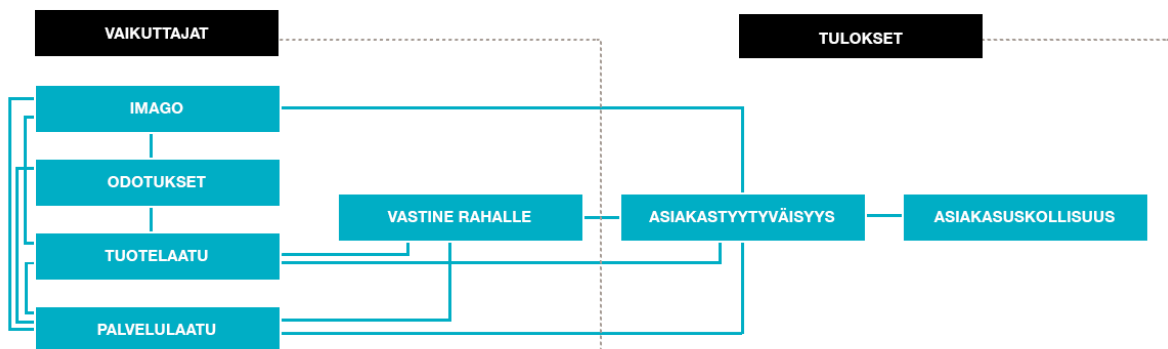
- Ajattele kaikkia kokemuksiasi, joita sinulla on pankistasi. Kuinka tyytyväinen olet?
- Missä määrin pankkisi täyttää kaikki odotuksesi?
- Kuvittele kaikin puolin täydellinen pankki. Kuinka lähellä tai kaukana pankkisi on tätä täydellistä pankkia?

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.