



PANKKI JA RAHOITUS

2022

19.9.2022

SUURET PANKIT SAAVAT JALANSIJAA

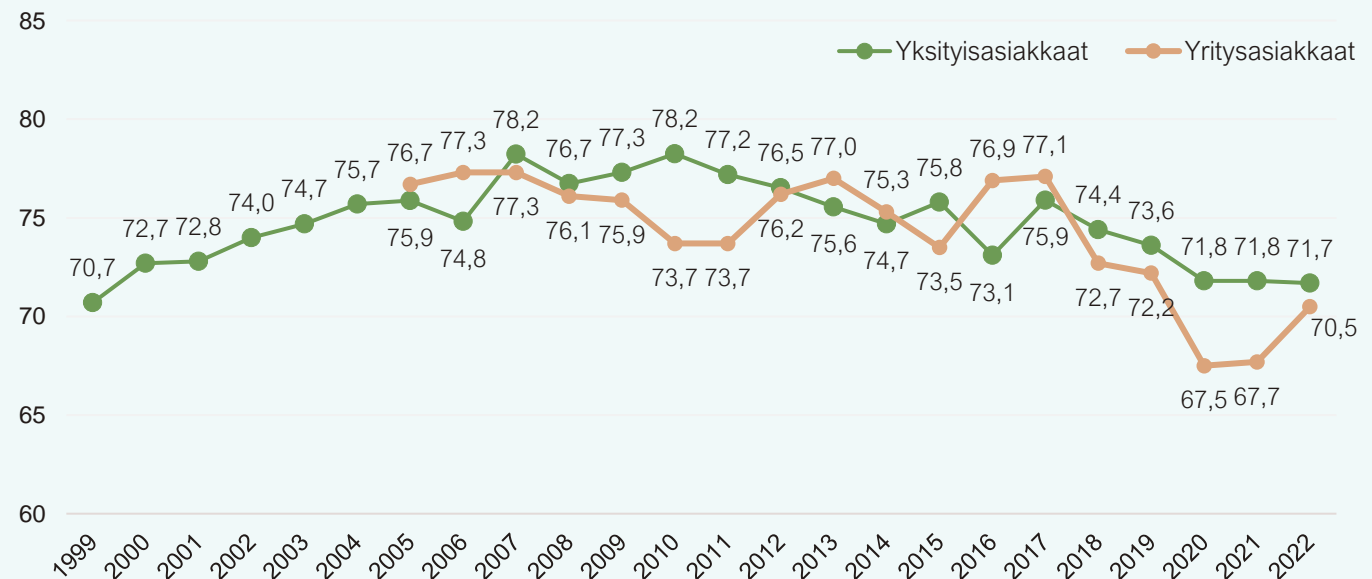
Rahoituslaitosten on asetettava etusijalle entistä personoidumpi kokemus, samalla kun ne tarjoavat modernin ja turvallisen pankkikokemuksen. Samalla pankkien toimintaympäristö on muun yhteiskunnan ohessa kriisien ja mullistusten kourissa, kun pandemia-ajan lopun jo hämmöittäessä naapurimaamme sotatoimet syöksivät Euroopan uuteen kriisiin. Tästä johtuva poliittinen ja taloudellinen epävakaus vaikuttaa myös asiakkaisiin, ja epävarmoina aikoina etsitään turvallisuutta, vakautta ja luotettavuutta. Tilanne näyttää asiakastytyvyyden kontekstissa hyödyttävän suurempia pankkeja, jotka kurovat tällä hetkellä umpeen kuilua niihin pankkeihin, jotka ovat pitkään olleet asiakastytyvyyden huipulla.

Toimiala onnistuu kokonaisuutena kohentamaan asiakastytyvyyden tasoa huolimatta haastavista ajoista, sillä asiakkaiden palvelutarpeisiin kyetään vastaamaan entistä paremmin. Reilut kaksi vuotta sitten pandemia toi mukanaan asiakkaiden kasvaneet vaatimukset aloitteellisuutta ja informointia kohtaan, ja pankit ovat mukautuneet proaktiivisuutta koskevassa toiminnassaan niihin kohdistuvien odotusten suuntaan. Asiakastytyvyyden eri osa-alueilla mitataan sekä viime vuotta matalampia että korkeampia lukemia, mutta leimallisin kokonaistason petraaja on ollut aiempaa parempia arvioita kerännyt palvelulaatu.

**EPSI Rating on riippumaton ja voittoa tavoittelematon akateeminen organisaatio, jonka analyysimalli perustuu yli kolmen vuosikymmenen tutkimustyölle. EPSI Rating Groupin omistaa Swedish Institute for Quality (SIQ), jonka puolestaan omistaa Ruotsin valtio.*

EPSI Ratingin* tuorein pankki- ja rahoitusalan toimialatutkimus osoittaa kuluttaja-asiakkaiden asiakastytyvyyden pysyttelevän vuosien 2020-2021 tasolla (71,7 indeksipistettä), kun taas yritysasiakkaiden puolella asiakastytyvyyden viime vuosien laskutrendi kääntyy 2,8:n indeksipisteen selvän nousun myötä. Tutkimukseen haastateltiin yli 1500 Suomessa asuvaa yksityisasiakasta ja yli 1300 yritysasiakasta. Haastattelut tehtiin aikavälillä 19.7-26.8.

KUVA 1 Pankki- ja rahoitusalan asiakastytyvyys Suomessa 1999-2022



PANKKISUHTEET ENTISTÄ HAAVOITTUVAISEMPIA

Pankit ovat historiallisesti voineet luottaa asiakkaidensa uskollisuuteen, sekä konttoriston maantieteelliseen läsnäoloon pitääkseen suhteet toiminnassa. Tämä on kuitenkin toisarvoisen tärkeää suurelle osalle nykyajan pankkiasiakkaista, jotka ovat nopeasti tottuneet digitaalisten pankkityökalujen käyttöön, eivätkä he katso taaksepäin.

Näitä digitaalisia kuluttajia – kuluttajia, jotka ovat sitoutuneet digitaalisesti, eivätkä ole riippuvaisia fyysistä tapaamisista – on nyt 50 % kyselyyn vastanneista, minkä lisäksi jopa 42% arvioi digitaalisten palvelujen täyttävän täysin myös fyysisten tapaamisten tarpeensa pankkiasioinnissaan jo lähitulevaisuudessa. Mikäli kannastaan epävarmat jätetään huomiotta, osuudet ovat jopa 63% ja 53%. Merkittävä havainto on myös se, että osuudet ovat hieman viime vuotta korkeammat siitäkin huolimatta, että korona-ajan voimakkaasti vahvistamista ilmiöistä sekä pankkinsa konttorilla käyneiden osuuden lasku että mobiilipankkisovellusta käyttävien osuuksien kasvu näyttäisivätkin jo pysähtyneen.

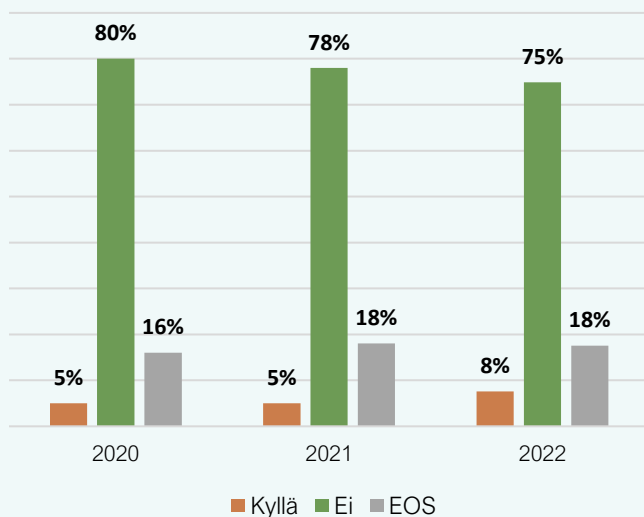
Myös kilpailijan kohdistettu digitaalinen tarjonta tekee entistä helpommaksi vaihtaa pankkia, sillä pankin paikallisuus ei ole enää yhtä voimakkaana kriteerinä pankkiasiakkuudelle. Asiakkaiden uskollisuus pääpankkiaan kohtaan on laskenut hiljalleen jo useita vuosia, mutta vasta nyt uskollisuuden lasku alkaa näkyä pankin vaihtoa harkitsevien osuudessa. Uskollisuudestaan epävarmat asiakkaat vaihtavat pankkia entistä helpommin.

”Vaihtoaikkeitä hautovien asiakkaiden osuus ei ole vieläkään noussut dramaattisesti”, huomauttaa Laitinen, ”mutta trendi on selvä. Siinä missä pääasiallisen pankin vaihtoa tai uuden asiakkuuden avaamista toiseen pankkiin harkitsevien ryhmä on viime vuosina hitaasti valunut epävarmojen ryhmään, viimeisen vuoden aikana uskollisten asiakkaiden osuus on alkanut vuotaa kohti vaihtoa harkitsevien ryhmää. Tämä puolestaan on nostanut vaihtoa harkitsevien osuutta kaikista asiakkaista viidestä prosentista kahdeksaan prosenttiin.”

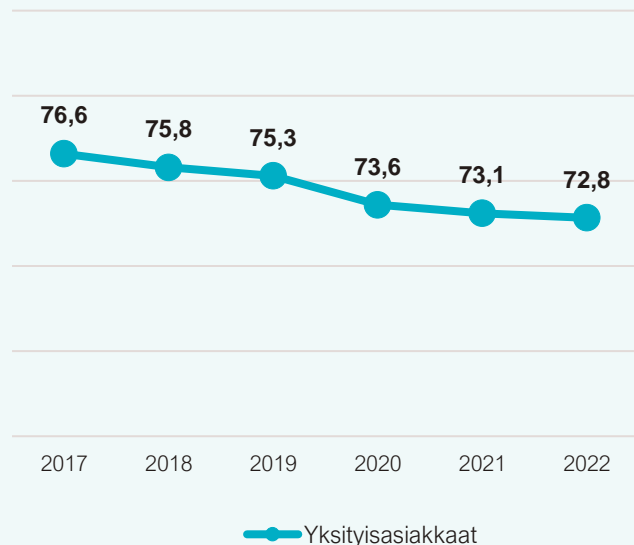
Ilmiö näyttäisi olevan olemassa myös Pohjoismaisella tasolla, sillä muutos ryhmissä vuosien 2021 ja 2022 välillä on Ruotsissa täsmälleen sama kuin Suomessa, kun taas Norjassa vaihtoherkkyys on jo vuosia ollut huomattavasti suurempaa (2022: 17%).

KUVA 2 Yksityisasiakkaiden asiakasuskollisuus 2017-2022

Aiotteko vaihtaa pois pankistanne tai aloittaa uuden asiakkuuden jossain muussa pankissa seuraavan 12kk:n aikana?

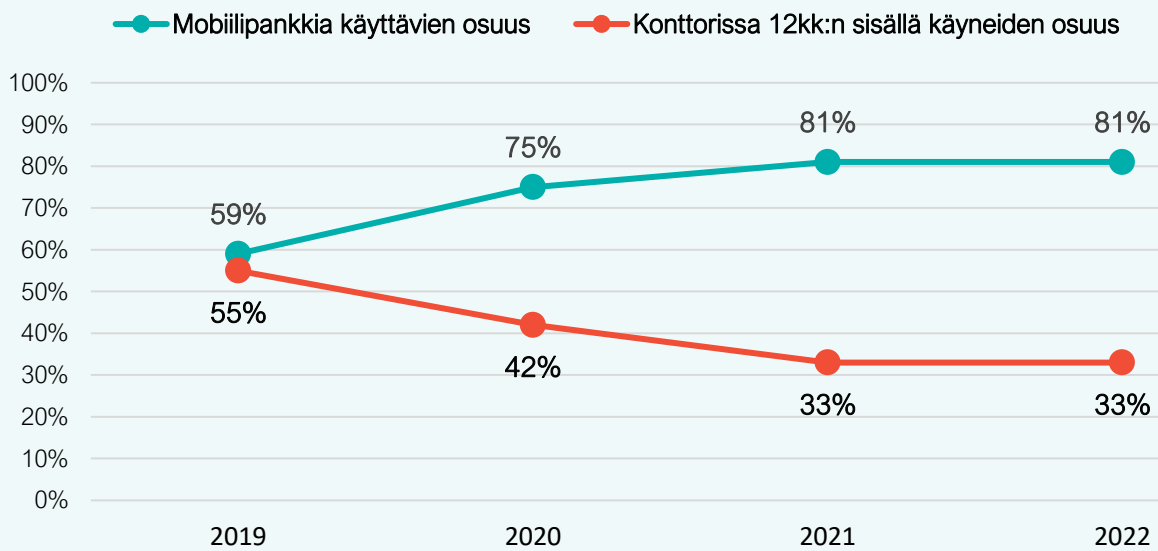


Asiakasuskollisuuden kehitys
Alle 60=tyytymätön, yli 75 erittäin tyytyväinen





KUVA 3 Yksityisasiakkaiden mobiilipankin käyttö ja konttorikäynnit 2019-2022



DIGITALISAATIO NOSTAA ODOTUKSIA

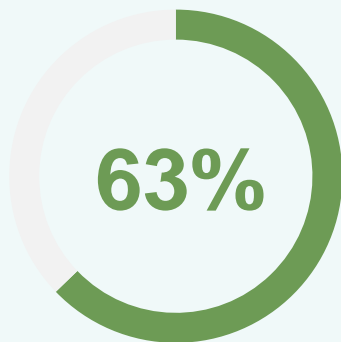
Tutkimustuloksista näemme myös koko alaa koskevan haasteen, joka on digitaalisten aloitteiden omaksuminen ennen kuin asiakkaiden odotukset alkavat kiihtyä. Haasteeseen vastaaminen on tapa, jolla on mahdollista pitää asiakkaat tyytyväisinä ja uskollisena pankilleen. Pankkiala on kokemassa paradigman muutosta, kun asiakkaat vaativat yhä enemmän palvelua, joka pyörii mukavuuden, nopeuden ja helppouden ympärillä. Tämän seurauksena yhtiöiden on entistä vahvemmin keskityttävä toiminnan uudelleensuuntaamiseen digitalisaation, asiakaslähtöisyyden sekä tiedon ja tiedon jakamisen kulttuurin luomiseksi.

Jatkuvana haasteena on kuitenkin ymmärtää, miten asiakkaat haluavat olla tekemisissä tarjottujen tuotteiden tai palvelujen kanssa, ennen kuin suuntaavat toimintansa uudelleen tämän toteuttamiseksi. Monikanavaisuudesta on tullut nopeasti alan tulevaisuus, ja toimijoiden on oltava joustavasti tekemisissä eri asiakasryhmien kanssa.

”Keskustelu ei enää koske digitointistrategioita, vaan pikemminkin oikeita strategioita digitaalisessa maailmassa”, tiivistää Laitinen.

KUVA 4 Palvelun digitalisoituminen

Uskoo digitaalisten palvelujen lähitulevaisuudessa täyttävän henkilökohtaisen palvelun tarpeensa



Voisi kuvitella pitävänsä videotapaamisen pankkinsa kanssa esimerkiksi Teamsin, Skypein, tai vastaavan kautta?



Ilmoittaa ottaneensa osaa pankkinsa kanssa vuoden sisällä



AVAINNUMEROT Pankkitutkimus 2022

55%

ilmoittaa käyttävänsä pankin chatia, kun taas vuotta aiemmin osuus oli 43%.

46%

Ilmoittaa, että sillä ei ole väliä mitä pankkia käyttävät, kunhan asiakkuuden ehdot ovat hyvät.

27%

27% ilmoittaa käyttävänsä pääasiallisen pankkinsa kautta maksupalvelua (esim. ApplePay, SamsungPay, MobilePay, jne.).

33%

vastaajista kokee pääasiallisen pankkinsa panostavan heidän lähiympäristönsä.

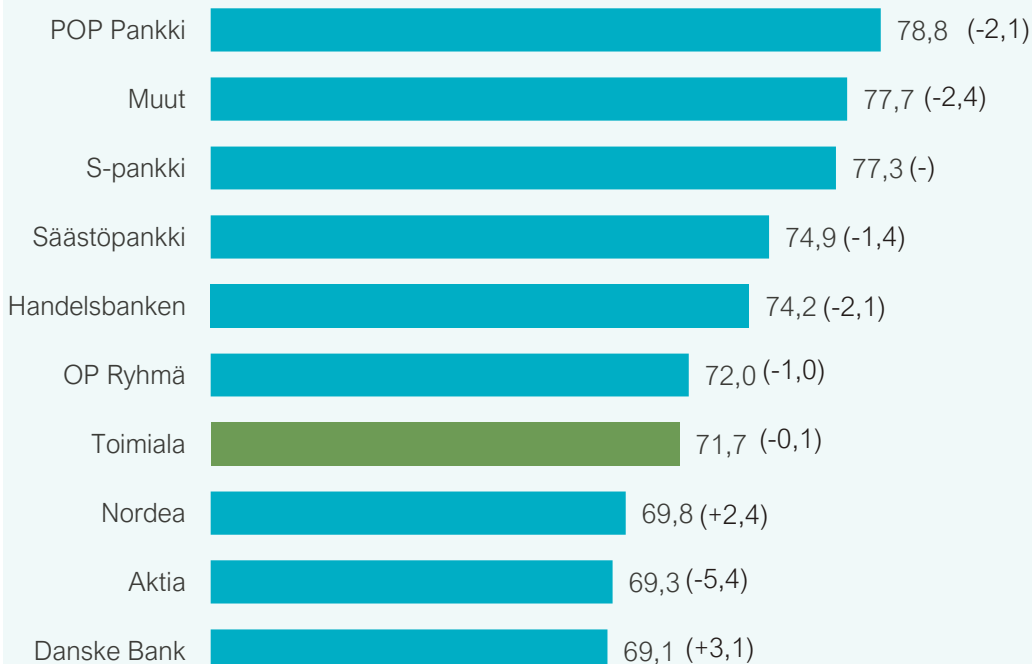
HISTORIALLISEN PIENET EROT YKSITYISASIAKKAIDEN TYYTYVÄISYYDESSÄ

Mittauhistoriallisessa tarkastelussa vuoden 2022 tulosten leimaavin piirre on se, että erot asiakastyytyväisyydessä eri pankkien välillä ovat kaventuneet poikkeuksellisen pieniksi. Vuodesta 2011 lähtien rankingin jo yhdeksitoista kertaa voittavan POP Pankin sekä viime vuoden tavoin hänille jäävän Danske Bankin erottaa 9,7 indeksipistettä, siinä missä vuonna 2021 rankingin ääripäät erotti 15 indeksipistettä. Tämä tasaisuudesta kielivä vaihteluvälin lyhyys asettuu historialliseen mittakaavaan esimerkiksi niiden tietojen avulla, että koko edeltävän mittausjatkumon vastaava keskimääräinen ero on 13,7 indeksipistettä, edeltäneiden viiden vuoden osalta ero on 16,2 indeksipistettä, ja alle kymmenen indeksipisteen kuilu on mitattu koko tutkimuksen historiassa aiemmin ainoastaan kolmesti – edellisen kerran 11 vuotta sitten.

Keskeinen syy erojen kaventumiseen on jälleen digitalisaatio: ”Suuret ja digitaalisiin tuotteisiin ja palveluihin panostavat pankit ovat onnistuneet sitouttamaan asiakaskuntaansa ja organisoimaan sekä asioiden itsenäisen hoitamisen että asiakaspalvelukanavansa aiempaa paremmin, mikä näkyy esimerkiksi Nordean nousun juurisyyinä”, Laitinen taustoittaa, ja jatkaa: ”Pienemmällä ja perinteisempään malliin henkilökohtaisella palveluilla sekä lähikonttoreilla edukseen erottuvilla pankeilla on alkanut olla entistä suurempia haasteita asiakaskokemuksen kokonaisvaltaisessa kehittämisessä, mikä näkyy nyt laskevana asiakastyytyväisyytenä”. Rankingin kärkipaikat menevät kuitenkin edelleen POP Pankille, pääasiassa Ålandsbankenista ja OmaSäästöpankista koostuvalle Muut-ryhmälle sekä S-Pankille, ja Laitinen jatkaakin: ”Etulyöntiasema on joka tapauksessa edelleen niillä pankeilla, jotka onnistuvat vaalimaan asiakaskokemusta sillä tavalla jota juuri heidän asiakkaansa arvostavat. Näiden kärkipään kestomenestyjien kohdalla asioita on tehty oikein sekä digitaalisilla alustoilla että niiden ulkopuolella.”

Osa-alueella POP Pankki saa korkeimmat arviot imagossa ja palvelulaadussa, S-Pankki puolestaan rahalle saatavassa vastineessa. Toimialan keskitason jälleen selvästi ylittävien Säästöpankin ja Handelsbankenin kohdalla taas positiivisen erottumisen taustalta löytyvät erityisesti Säästöpankin kohdalla palvelulaatu, kun taas Handelsbankenin asiakkaat ovat edelleen ylläpitäneet korkeita odotuksia pankkinsa tuotteista, palveluista ja asiakaspalvelusta. Ylöspäin kipuava Nordea taas on petrannut viime vuosista useilla mittareilla, mutta eniten palvelulaadussa.

KUVA 5 Asiakastyytyväisyys 2022 yksityisasiakkaat



YRITYSASIAKASPUOLEN NOUSUN TAUSTALLA SUURTA VARIATIOTA

Siinä missä yksityisasiakkaiden parissa erot eri pankkien välillä ovat toimialalla selvästi kutistuneet, yritysasiakkaiden parissa tilanteen tulkitseminen on hieman mutkikkaampaa. Yksityisasiakkaiden parissa hyvin harvinaiset alle kymmenen indeksipisteen kuilut kärjen ja peränpitäjän välillä ovat koko yritysasiakkaiden mittaushistoriaa tarkasteltaessa hyvin yleisiä, ja tyypillisimpiä ovatkin n. 5-7 indeksipisteen erot. Vaihteluvälin pituus on revennyt suuremmaksi vain verrattain erillisiksi ajanjaksoiksi, erityisesti vuosiksi 2008-2009, 2014, sekä - tuoreimpien tulosten kannalta oleellisin - vuodesta 2018 lähtien. Vuonna 2022 kuilu puolestaan on sinänsä suuri, mutta toisaalta yksityisasiakaspuolelta tuttu trendi rankingin pohjan tuntumaan viime vuosina sijoittuneiden suurten pankkien noususta ja samanaikaisesta kärkipään kestenestysten laskusta on selkeästi nähtävillä. Yksityisasiakkaiden parissa ilmiö on tuore, mutta yritysasiakkaiden keskuudesta vastaava havainto tehtiin jo vuosi sitten.

Yksittäisten pankkien kohdalla mitataan siis huomattavia muutoksia vuoden aikana, ja tähän löytyy erinäisiä selittäviä tekijöitä. Toimialatasolla huomattavin muutos koskee yksityispuolen tapaan palvelulaatua, joka saa viime vuotta huomattavasti suopeammat arviot asiakkailta. ”Digitalisaatiota ei tule yrityspuolellakaan, tai ehkä juuri varsinkaan siellä, käsittää pelkkänä klikkattavina tai puhelimen ruutua näpäytettävänä transaktioina, vaan digitaaliset palvelut on tullut kyetä valjastamaan myös palvelulaadullisiin tarkoituksiin”, huomauttaa Laitinen. ”Proaktiivisuuden taso on parantunut huomattavasti, ja tätä taustaa vasten toimialatason nousu ei ole edes näin kriisiaikana sittenkään kovin yllättävää”, Laitinen jatkaa.

Eri pankeilla on tietysti vahvuutensa ja heikkoutensa Vertailun toistamiseen voittava POP Pankki mittautti vertailun korkeimmin arvioidun imagon ja palvelulaadun, joilla pankki on myös vastannut vertailun korkeimpiin odotuksiin. Keskikastista taas esimerkiksi Säästöpankki sijoittuu korkealle palvelulaadussa, ja toimintansa lopettamisesta Suomessa ja Tanskassa lähes vuosi sitten ilmoittanut ja tähän nähden edelleen molemmissa asiakasryhmissä hyvin menestyvä Handelsbanken imagossa ja odotuksissa. ”Esimerkiksi Aktia taas kerää kaikki asiakkaat huomioivaa yleisarvosanaansa huomattavasti paremmat arviot kun kyseessä ovat astetta suuremmat yritykset”, huomauttaa Laitinen.

KUVA 6 Asiakastytyväisyys 2022 Yritysasiakkaat

