



PRIVATE BANKING 2025

Mitä varakkaat asiakkaat todella odottavat?
- Kohti uuden ajan asiakaskokemusta -

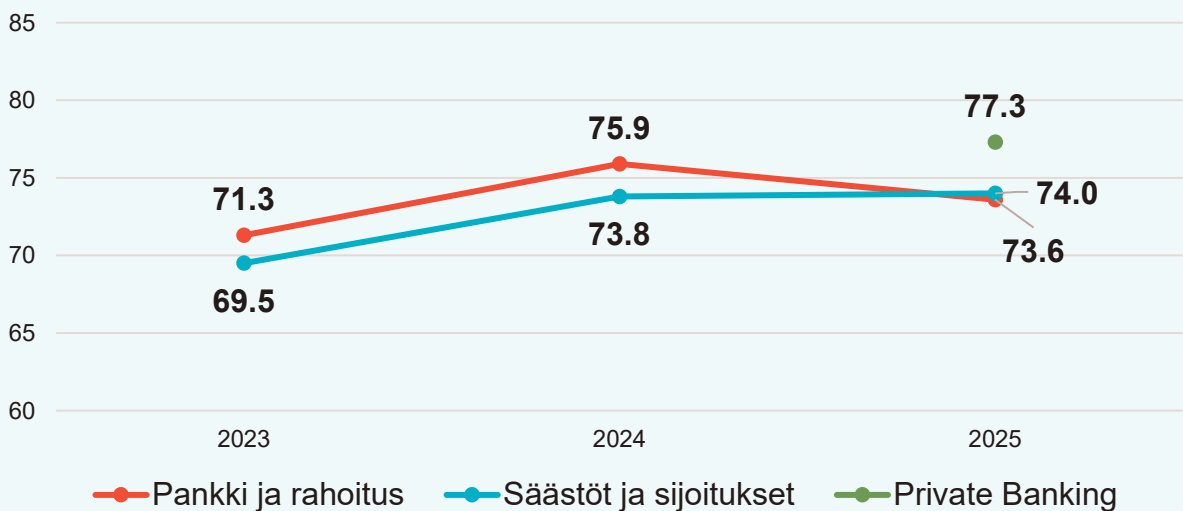
EPSI Ratingin ensimmäinen pohjoismainen Private Banking -tutkimus tarjoaa uuden näkymän siihen, mitä varakkaat asiakkaat todella odottavat palveluntarjoajiltaan. Private Banking -asiakkaat muodostavat koko rahoitusalan vaativimman segmentin: he reagoivat nopeasti muutoksiin, vertailevat aktiivisesti eri toimijoita ja odottavat palvelulta syvää asiantuntemusta, sujuvaa asiointia ja jatkuvaa arvoa.

Private Banking -toimialan asiakastyytyväisyysindeksi on 77,3, mikä on selvästi vahvempi kuin pankkitoimialan yleisasiakkuuksia koskevan tutkimuksen tämänvuotinen tulos 73,6 tai arvopaperisäästäjien ja sijoittajien tulos 74,0. Tämä osoittaa, että Private Banking -palveluiden laatu koetaan Suomessa kokonaisuutena peruspankkipalveluja paremmaksi ja ennen kaikkea johdonmukaisemmaksi. Sijoittajatutkimuksessa toimialan tulos (74,0) asettuu siis pankkiasiakkuuksien ja Private Bankingin väliin, mutta ero kärkeen on selvä. Tulosten perusteella segmentti onnistuu tarjoamaan asiakkailleen selvästi henkilökohtaisempaa, proaktiivisempaa ja ajantasaisempaa palvelua kuin muu markkina. Tässä mielessä Private Banking -tulokset kertovat siitä, että suomalaisessa rahoituspalvelukentässä syntyy eriytynyttä laatumallia, jossa toimialan hajonta on pienempää kuin yleisasiakkuuksissa tai myöskään sijoittajamarkkinassa keskimäärin.

Private Banking -toimialatutkimus paljastaa myös, että segmentti toimii koko rahoitusalan ”laatuveturina”. Kun asiakkaiden odotukset, neuvonnan syvyys ja palvelun henkilökohtaisuus nousevat, vain ne toimijat, joiden palvelu on johdonmukaista kaikissa osa-alueissa, onnistuvat erottumaan. Private Banking -tulokset ennakoivat osaltaan sitä, mitä muutokset markkinatilanteessa tulevat tarkoittamaan myös peruspankkipalveluissa ja sijoittajamarkkinassa.

”Tulokset korostavat, miten keskeistä Private Banking -palveluissa on pitkäjänteisen luottamuksen rakentaminen ja asiakkaiden henkilökohtaisten tavoitteiden ymmärtäminen. Asiakkaat kuvaavat odottavansa palveluntarjoajilta selkeää viestintää, ajantasaista markkinanäkemystä ja sujuvaa asiointia – ja nämä tekijät näyttäytyvät merkittävinä erottautumisen alueina koko toimialalla”, kertoo Heidi Laitinen, EPSI Rating Finlandin maajohtaja. ”Tämä tutkimus tuo suomalaiselle rahoitusalueelle uudenlaista läpinäkyvyyttä siitä, mitä vaativimmat asiakkaat pitävät tärkeänä. Tulokset antavat toimialalle arvokkaan suunnan siitä, millaisiin palvelun osa-alueisiin asiakkaiden odotukset erityisesti kohdistuvat ja mitkä tekijät vaikuttavat eniten koettuun arvoon.”

Yksityisasiakkaiden asiakastyytyväisyyden kehitys



*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 Rating on toteuttanut toimialamittauksia Suomessa eri aloilla vuodesta 1999 lähtien.

NORDEALLA ALAN TYYTYVÄISIMMÄT ASIAKKAAT, DANSKE BANK VAHVASTI TOISENA

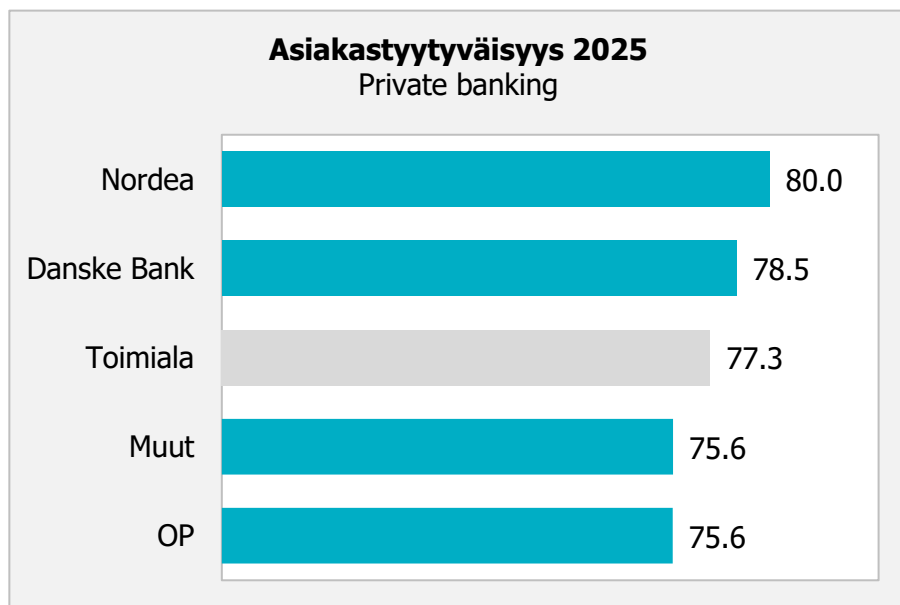
Nordea – paras Private Banking -kokemus Suomessa

Nordea sijoittuu Private Banking -asiakastyytyväisyydessä selkeäksi ykköseksi indeksillä **80,0**. Nordean vahvuus ei perustu yksittäiseen osa-alueeseen, vaan siihen, että palvelun laatu säilyy johdonmukaisena kaikissa kohtaamisissa — neuvonnasta viestintään ja koettuun arvoon. Private Banking -asiakkaat reagoivat erityisen herkästi palvelun tasalaatuisuuteen, ja Nordean vahva ja tasainen profiili näkyy suoraan kokonaiskokemuksen erittäin korkeassa tasossa.

“Nordea erottuu Private Banking -asiakaskokemuksessa ennen kaikkea tasalaatuisuudellaan. Johdonmukaisesti korkeatasoinen palvelu rakentaa vahvaa luottamusta, ja juuri varma ja tasainen palveluprofiili nousee Nordean selkeimmäksi kilpailueduksi”, lisää Laitinen.

Danske Bank – neuvonnan laatu ja koettu arvo nostavat hopealle

Danske Bank sijoittuu toiselle sijalle indeksillä **78,5**. Vaikka kokonaisindeksi jää hieman Nordean taakse, Danske erottuu kahdella alueella, jotka ennustavat PB-segmentin tulevaisuuden asiakastyytyväisyyttä: neuvonnan asiantuntevuus ja asiakkaan kokema arvo. Dansken raportointi, markkinainformaatio ja proaktiivinen yhteydenpito arvioidaan laadultaan jopa vertailun parhaiksi. PB-asiakkaat odottavat yksilöllistä ja merkityksellistä palvelua, ja Dansken vahvuudet näillä osa-alueilla tekevät siitä erittäin kilpailukykyisen toimijan.



“Tänä vuonna päätimme raportoida pienemmät Private Banking -toimijat yhteisenä ‘Muut’-ryhmänä, jotta vertailtavuus säilyi vahvana. Ensi vuoden tutkimuksessa tavoitteemme on purkaa ‘Muut’-ryhmä erillisiksi toimijoiksi, mikä antaa markkinalle aiempaa tarkemman kuvan segmentin rakenteesta ja toimijoiden välisistä eroista. Jo tämän vuoden tuloksissa näkyvät kuitenkin selkeästi toimialan vahvimmat onnistujat: Nordea kokonaiskokemuksessa ja Danske Bank neuvonnassa ja koetussa arvossa. Toimialan kannalta tämä on tärkeä askel kohti läpinäkyvämpää ja tarkempaa PB-markkinan seurantaa”, Laitinen kertoo.

Muut ja OP – kehityspotentiaalia asiakkaiden kokeman arvon ja henkilökohtaisuuden vahvistamisessa

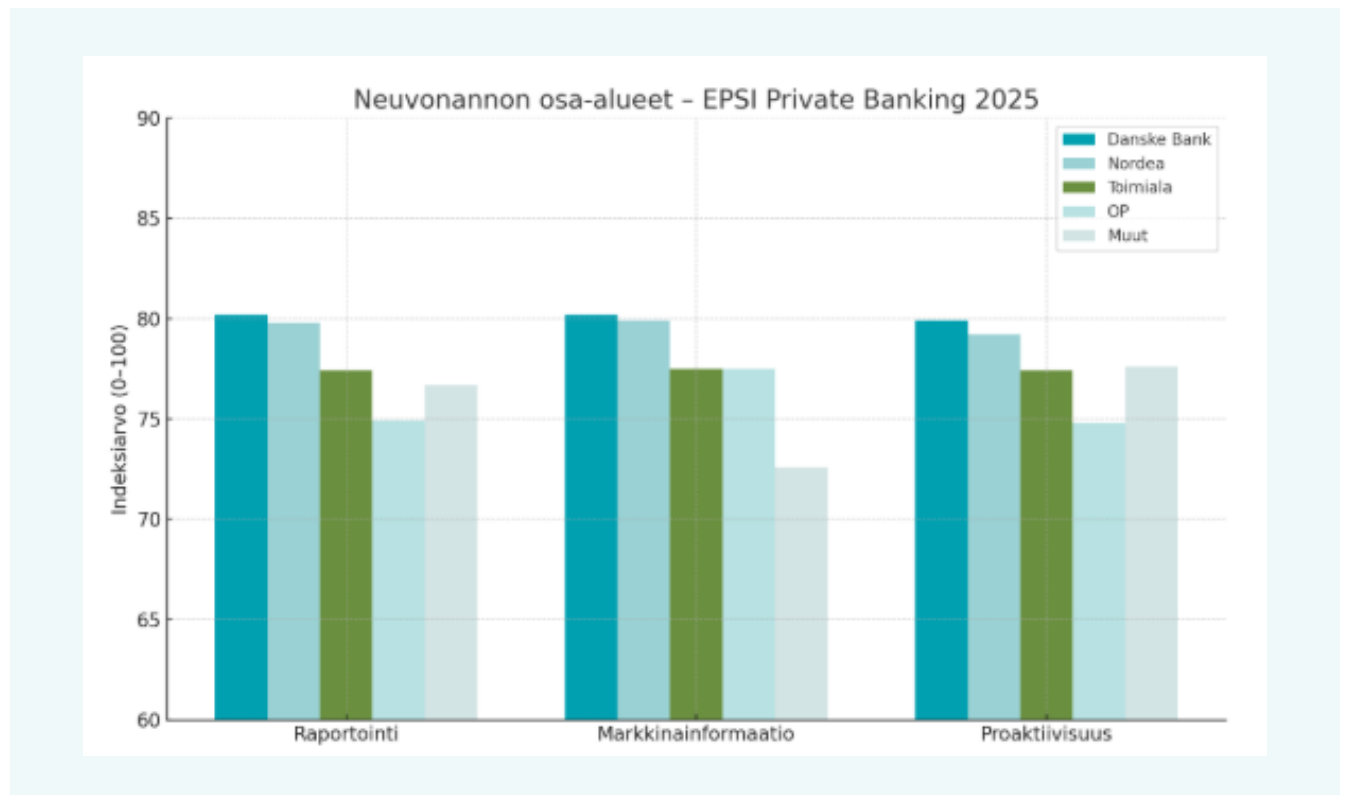
OP ja Muut-ryhmä sijoittuvat tasolle **75,6**, mikä kertoo hyvästä peruslaadusta, mutta ei vielä kilpailuedusta. Muut-ryhmä sisältää useita suomalaisia Private Banking -toimijoita, kuten **Ålandsbanken, Aktia, Mandatum sekä muita pienempiä varainhoidon palveluntarjoajia**. Tämä ryhmä muodostaa monipuolisen joukon pankkeja, joiden palvelumallit ja asiakasprofiilit vaihtelevat.

“Molemmille, sekä OP:lle, että Muut-ryhmän toimijoille, keskeinen kehityslinja on asiakkaiden tavoitteiden ymmärtämisen syventäminen sekä päätöksenteon tuen parantaminen erityisesti tilanteiden muuttuessa”, Laitinen taustoittaa.

Asiakaskeskeisyys on Private Banking -palvelun ydin. Se on osa-alue, joka erottaa varainhoidon massamarkkinapankkitoiminnasta, ja samalla se vahvistaa voimakkaasti asiakastytyvääsiä. Varakkaat asiakkaat odottavat pankiltaan syvää asiantuntijuutta, ajantasaista markkinatietoa ja ennen kaikkea proaktiivista otetta – palvelua, joka on askelen asiakkaan tarpeiden edellä. Vaikka asiakaskeskeisyys voi käsittää ja usein käsittääkin myös monia muita keskeisiä ulottuvuuksia, yksi niistä on neuvonanto ja sen laatu.

Danske Bank on tässä kategoriassa toimialan kärki, Nordean rinnalla. Danske saa kaikissa neuvonannon osa-alueissa korkeammat arvosanat kuin toimiala ja sijoittuu Nordean rinnalle tai sen edelle jokaisessa mitatussa väittämässä. Dansken erityinen vahvuus on kyky tarjota asiakkaalle **selkeää, ajantasaista ja relevanttia markkinainformaatiota**, joka tukee sijoituspäätöksiä. Tämä korostuu etenkin niissä asiakkaissa, joilla on monimutkaisia varallisuus- ja sijoituskokonaisuuksia.

”Danske Bankin vahvuus Private Bankingissa on sen poikkeuksellisen johdonmukainen neuvontakyvykkyys. Asiakkaat kuvaavat Dansken neuvontaa selkeäksi, ajantasaiseksi ja aidosti arvoa tuottavaksi. Tämä on yhdistelmä, joka näkyy suoraan pankin vahvassa asemassa segmentin kärjessä”, avaa Laitinen.



Nordea menestyy neuvonannossa tasalaatuisuudella. Kaikki sen osa-alueet sijoittuvat toimialan yläpuolelle, ja erityisesti sen kyky toimittaa ajantasaista informaatiota tukee pankin kokonaisvaltaisesti vahvaa asiakastytyväisyysprofiilia. Nordean tulos ei synny yksittäisestä huippusuorituksesta, vaan kokonaisvaltaisesta laadusta.

Toimialan keskiarvo jää näistä kahdesta selvästi jälkeen, etenkin raportoinnin selkeydessä ja proaktiivisuudessa. Tämä on segmentti, jossa asiakkaat eivät odota reaktiivista palvelua – he odottavat, että pankki kertoo, mitä heidän kannattaa tehdä seuraavaksi, ei ainoastaan vastaa kysymyksiin.

”Private Banking -asiakas ei arvosta vain palvelua, hän arvostaa syvällistä näkemystä. Ne pankit, jotka onnistuvat rakentamaan vahvan neuvonantokyvykkyuden, ottavat koko segmentissä strategisen kilpailuedun”, tarkentaa Laitinen.

Private Banking -markkina on poikkeuksellisen avoin – useat toimijat päätyvät asiakkaiden harkintalistalle

Private Banking -asiakkaiden harkintakäyttäytyminen paljastaa markkinasta yhden sen kiinnostavimmista piirteistä: asiakkaat eivät sitoudu vain yhteen pankkiin, vaan pitävät useita toimijoita realistisina vaihtoehtoina samanaikaisesti. Tämä tekee PB-markkinasta erittäin kilpailullisen – ja antaa pienemmillekin toimijoille huomattavan mahdollisuuden nousta asiakkaiden ensisijaisten valintojen joukkoon.

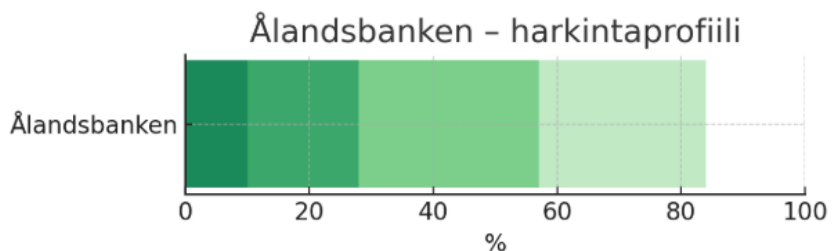
Useiden pankkien harkitseminen ei ole poikkeus – vaan koko segmentin ydindynamiikka. Kun asiakkaita pyydettiin arvioimaan, mitä pankkeja he harkitsisivat Private Banking -palvelujen tarjoajina, harkintalistoiissa esiintyi johdonmukaisesti sekä suuria että keskikokoisia ja pieniä toimijoita. Tämä ilmiö poikkeaa selvästi massamarkkinasta,

Suuret toimijat, kuten **OP, Nordea ja Danske Bank**, hallitsevat asiakkaiden ensivaiheen harkintaa huomattavasti vahvemmin kuin pienemmät toimijat. OP nousee esiin erityisesti niiden asiakkaiden joukossa, jotka hakevat vain yhtä tai muutamaa luotettavaa vaihtoehtoa, kun taas Nordea ja Danske erottuvat segmentissä, jossa kilpailijoita punnitaan useamman pankin välillä. Näiden kolmen suuren asema muodostaa markkinan “perusakselin”, jonka ympärille pienempien toimijoiden roolit rakentuvat.

Kun asiakkaita pyydetään arvioimaan pankkeja, joita he eivät lainkaan harkitsisi valitsevansa, suurin osuus kohdistuu **Ålandsbankeniin**. Tämä kertoo markkinan poikkeuksellisesta polarisaatiosta: samat toimijat, joita osa asiakkaista ei harkitsisi lainkaan, nousevat taas toisissa asiakasryhmissä vahvasti harkittaviin vaihtoehtoihin. Esimerkiksi Ålandsbanken näkyy yhtä aikaa sekä niiden pankkien joukossa, joita ei harkittaisi, että niiden pankkien listalla, joita pidetään hyväksyttävänä ja varteenotettavana valintoina. Tämä kertoo brändiprofiilin eriytymisestä – Ålandsbankenin asiakaskunta on selvästi muita toimijoita rajatumpi, mutta sitoutuneempi.

Ålandsbankenin harkintaprofiili poikkeaa muista toimijoista siinä, että se sijoittuu useammin kategorioihin, joissa pankki nähdään kyllä hyväksyttävänä vaihtoehtona, muttei vahvana ensisijaisena valintana.

Toimialalla ei juuri ole muita pankkeja, joilla näin suuri osa asiakkaista sijoittuu sekä “hyväksyttävä, muttei normaalisti harkitsisi” -ryhmään että “en harkitsisi lainkaan” -ryhmään.



Mandatum ja **Evli** sijoittuvat mielenkiintoisesti harkintajakautuman keskelle. Molemmat näkyvät asiakasjoukoissa toimijoina, joita harkittaisiin useiden pankkien joukossa, mutta harvemmin ainoana vahvana vaihtoehtona. Tämä kertoo siitä, että Mandatumilla ja Evlillä on selkeä paikka segmentissä, jossa asiakkaat painottavat sijoitusosaamista ja varainhoidon näkemyksellisyyttä, mutta valinnan lopullisuus määräytyy usein sen perusteella, kuinka vahvasti pankki pystyy osoittamaan henkilökohtaisen palvelun merkityksen.

Private Banking -markkina ei toimi hierarkkisesti, vaan verkostomaisesti: pankit nousevat asiakkaiden harkintaan eri syistä ja eri tilanteissa. Markkinan vahvimmat toimijat eivät ole niitä, jotka miellyttävät kaikkia, vaan niitä, jotka onnistuvat tietyissä asiakassegmenteissä erityisen hyvin. Ålandsbanken, Evli, Mandatum ja Aktia ovat tästä hyviä esimerkkejä – niillä on selkeitä vetovoimatekijöitä, ja samaan aikaan yhtä selkeitä asiakasryhmiä, joille niiden palveluprofiili ei ole ensisijainen. Juuri tämä tekee PB-markkinasta poikkeuksellisen kilpailullisen.

”Tutkimus osoittaa, että kilpailu ei ratkea yksittäisillä osa-alueilla, vaan kyvyllä yhdistää asiantuntemus, johdonmukainen palvelulaatu ja asiakkaan tavoitteita aidosti edistävät ratkaisut. Tämä antaa toimialalle arvokkaan suunnan siitä, mihin asiakkaiden huomio seuraavaksi kohdistuu ja missä erottautuminen rakentuu”, päättää Laitinen.

EPSI RATINGISTA

EPSI Rating on voittoa tavoittelematon akateeminen organisaatio, jonka omistaa Swedish Instiute for Quality (SIQ), jonka puolestaan omistaa Ruotsin valtio.

EPSI Rating perustettiin EU-tutkimushankkeena Tukholman kauppakorkeakoulussa vuonna 1989, ja organisaatio on toteuttanut Suomessa kansallisia laatuindeksejä mittaavia toimialatutkimuksia vuodesta 1999 asti.

Organisaation toiminta keskittyy Pohjoismaihin, mutta tutkimuksia tehdään myös esimerkiksi Iso-Britanniassa ja Hollannissa. Suomessa EPSI Rating tunnetaan erityisesti toimialatutkimuksistaan (pankki ja rahoitus, vakuutus, sähkön vähittäismyynti, telekommunikaatio, uudisasuntorakentaminen), mutta yhteistyötä tehdään myös useiden muiden eri toimijoiden kanssa niin yksityisellä kuin julkisellakin sektorilla.

Lue lisää kotisivuiltamme!

<https://www.epsi-finland.org/>

TUTKIMUKSESTA

EPSI Data Collection Services haastatteli Private banking 2025 -toimialatutkimukseen n. 500 private banking -asiakasta, joiden kokonaisvarallisuus ylittää 300 000€.

Indeksi tuotetaan asteikolla 0–100, jossa 0–60 on tyytymätön, 60–75 on tyytyväinen ja yli 75 erittäin tyytyväinen.

Asiakastyytyväisyyden virhemarginaalit ovat yhtiöittäin haarukassa n. +/- 3 indeksipistettä asteikolla 0–100.

Tilastollinen luottamustaso on 95%.

Lisätietoja tutkimuksesta:

Heidi Laitinen, maajohtaja, EPSI Rating Finland

› Heidi.laitinen@epsi-finland.org

› +358 50 40 68 796

Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

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.

