



OP-Pohjola-ryhmä

Asiakastutkimuksen hyödyntäminen

Anne Pärkkä
OP-Pohjola osk



Asiakastutkimus finanssialalla

- Asiakasuskollisuus todella hyvällä tasolla – asiakkailla korkeat odotukset palvelulle.
- Kilpailussa palvelun merkitys korostuu erottumistekijänä ja uskollisuuden luomisessa.
 - Henkilökohtaisen palvelun merkitys
 - Palvelun merkitys eri asiointikanavissa
- Pankeilla on olemassa Suhde asiakkaisiin.
 - Asiakastutkimus on väline seurata suhteen kehittymistä

OP-Pohjola-ryhmä

Omistajajäsenet 1,3 milj., joista kotitalouksia 90 %

100 %



Yli 200 osuuspankkia



100 %

OP-Pohjola osk

100 %

OP-Palvelut Oy

100 %

Helsingin OP
Pankki Oyj

75 %

OP-Henki-
vakuutus Oy

100 %

OP-Rahasto-
yhtiö Oy

Muut tytäryhtiöt

Äänistä
OP-Pohjola-ryhmä 70 %
Ryhmän ulkopuoliset 30 %

Pohjola Pankki Oyj

Pankkitoiminta

Varainhoito

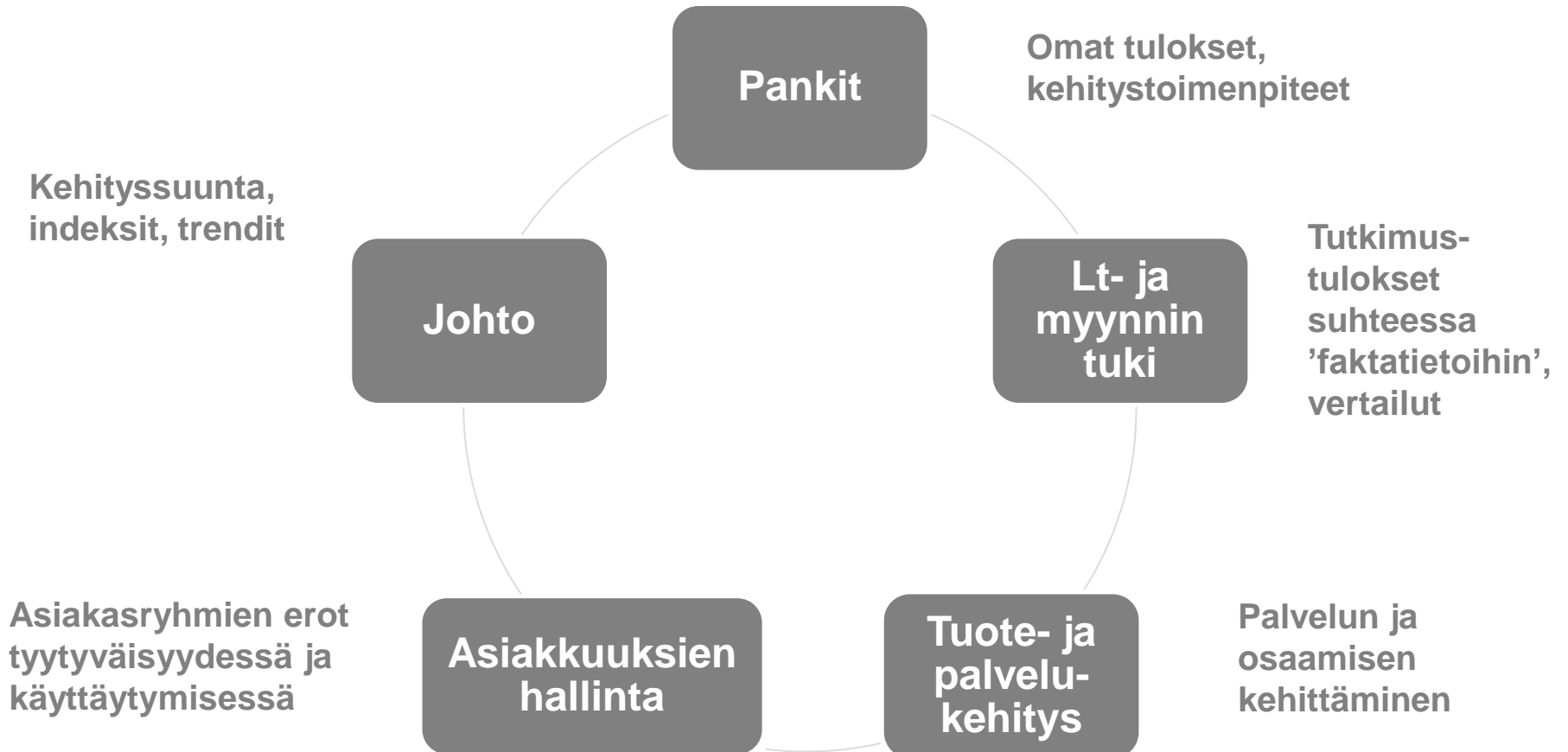
Vahinkovakuutus

OP-Pohjola osk:n tytäryhtiöt

Asiakastutkimus OP-Pohjola-ryhmässä



Tuloksia hyödynnetään monella tasolla



Hyödyntäminen ryhmätasolla

Ohjaaminen yhteisen tutkimusmallin avulla

- Tutkimus linkittyy asiakkuuksien johtamiseen
- Keino nostaa ja pitää kehitettäviä teemoja esillä

Kehityksen seuraaminen

- Kehitys eri asiakasryhmissä, erikokoisissa pankeissa jne.
- Asiakastyytyväisyyden ja palvelun seuranta

Tuki kehittämiseen ryhmätasolla

- Seurantaa tehtyjen toimenpiteiden vaikutuksista, kanavakäyttäytymisestä jne.

Parempi ymmärrys asiakaskäyttäytymisestä

- Mikä luo asiakastyytyväisyyttä ja uskollisuutta eri asiakasryhmissä

Hyödyntäminen pankissa

Asiakkuuksien kehittäminen

- Pankeilla ja konttoreilla vastuu asiakkuuksista
- Tekeminen, toimenpiteet, myynnin johtaminen

Asiakasnäkökulmasta tukea suunnitteluun

- Tutkimus tuo asiakasnäkökulman toiminnan suunnitteluun ja tukee muutosten läpiviennissä, esim. asiakkuuksien hoitomallit, organisaatiomuutokset

Säännöllinen seuranta ja vertailut

- Oleellista saada asiakkaan näkökulma keskustelun ja kehittämisen pohjaksi riittävän usein
- Tulosten avulla pankki voi verrata omia tuloksiaan suhteessa vertailuryhmän tuloksiin

Onnistumisista voimaa ja lisää innostusta

- Kehityskohteiden lisäksi nostetaan esiin onnistumisia

Tuloksista tekemisiin pankissa

Pankin johtoryhmä

- Päätulokset pankkitasolla asiakas-tutkimuksesta
- Konttoriryhmien kehitystoimenpiteet *pääteemoittain*



Esimieskokous

- Pääteemojen tarkastelu ja purku käytännön tasolle: Missä onnistuttu, miksi? Missä voidaan olla parempia, miten?
- Työvälineet konttorikohtaisten tulosten purkuun



Konttorikohtaiset yhteenvedot

- Konttorin esimies/nimetty vastuuhenkilö tekee pääteemoista yhteenvedon, mihin toimenpiteisiin ryhdytään niiden kehittämiseksi



Purku konttoreissa

- Missä onnistuttu, miksi?
- Missä voidaan parantaa, miten?
- Esimies varmistaa, että painopiste on pankkitason pääteemoissa



Tutkimustoimiston tuki

Pankin johtoryhmä

- Yhteenveto pankkitason tuloksista
- Tulosten presentointi
- Näkemys pääteemoista tutkimuksen perusteella



Esimieskokous

- Yhteenveto johtoryhmän valitsemista pankkitason pääteemoista
- Tulosten presentointi
- Ideointi, miten parannetaan valittuja kehityskohteita (workshop)



Purku konttoreissa

- Konttorikohtaiset tulokset extranetissä
- Pankkitason pääteemoista yhteenveto
- Tukimateriaali esimiehille 'Miten vedän konttorikohtaisen purun 45 minuutissa'



Konttorikohtaiset yhteenvedot

- Ohjeet esimiehille, miten vedän yhteen konttorin kehystoimenpiteet
- Extranetissä valmis pohja toimenpiteiden kirjaamiseen. Sekä yhteenvetoihin johdolle, mitä toimenpiteitä konttorit ovat tekemässä pääteemoihin liittyen

