

Lehdistöyhteydet:

Pii Pietilä

Puh.: +358 40 1623 805

Sähköposti: pii.pietila@capgemini.com**World Retail Banking Report 2018: Pankkien tulee vastata asiakkaiden jatkuvasti kehittyviin odotuksiin uudenlaisen kilpailun tullessa markkinoille**

Asiakkaat ovat jatkuvasti valmiimpia hankkimaan pankkipalveluitaan uusilta toimijoilta ja BigTech -yrityksiltä. Pankkien on tehtävä yhteistyötä kilpailijoiden kanssa ja kehitettävä asiakaskokemusta.

Espoo, 11.10.2018 – Perinteisen kilpailun lisäksi pankit ovat globaalisti vaativassa kilpailutilanteessa: avoimet ekosysteemit, kehittyvät ja muuttuvat teknologiat sekä kasvavat odotukset asiakkailta muovaavat toimialaa. Tästä kertoo [Capgeminin](#) ja Efman julkaisema [World Retail Banking -raportti 2018 \(WRBR 2018\)](#).

Globaalin raportin keskeisimmät löydökset:

- **Asiakastyytyväisyys on alhainen:** Vain puolet asiakkaista kertoo, että heidän kokemuksensa eri asiointikanavissa on positiivinen (51,1 prosenttia konttoreissa; 46,9 prosenttia mobiilissa ja 51,7 prosenttia verkkopankissa) huolimatta pankkien jatkuvista investoinneista.
- **Asiakkaat suhtautuvat avoimesti BigTech -yrityksiin:** Lähes kolmasosa asiakkaista (32,3 prosenttia) voisi harkita BigTech -yrityksiä pankkipalveluiden tarjoajana (43,0 prosenttia Gen Y¹ -vastaajista; 53,0 prosenttia tech-savvy -asiakkaista² ja 70,2 prosenttia vastaajista, jotka jo valmiiksi harkitsivat ensisijaisen pankkinsa vaihtoa).
- **Personointi on avain asiakastyytyväisyyteen:** Tyytyväisyys oli huomattavasti suurempi niillä vastaajilla, jotka kokivat saaneensa personoitua digitaalista palvelua (49,1 prosenttia) kuin niillä, joille sitä ei ollut tarjottu (39,5 prosenttia).

Raporttia varten haastateltiin lisäksi pankkialan johtohenkilöitä toimialan murroksen syistä. Useimmin mainitut syyt olivat kasvavat asiakasodotukset; lähes kolme neljästä (70,8 %) haastatelluista oli sitä mieltä, että muilla sektoreilla saatu positiivinen asiakaskokemus nostaa odotuksia myös pankkipalveluita kohtaan. Suuri osa johtohenkilöistä (58,3 prosenttia) mainitsi disruption syyksi myös sääntelypaineet. 54,2 prosenttia mainitsi kasvavan kysynnän digitaalisille kanaville vaikuttavaksi tekijäksi. Pankit kohtaavat lisääntyvää kilpailua, kun yritykset, jotka eivät ole perinteisiä pankkipalveluiden tarjoajia, keskittyvät tarjoamaan erinomaisen kokemuksen vain yhdessä arvoketjun osassa. Lisäksi lisääntyvä digitalisaatio ja uudet teknologiat muuttavat pankkien toimintatapoja nopeasti.

"Nyt kun FinTech -yritykset, BigTech -toimijat ja ei-perinteiset pankkialan toimijat löytävät paikkansa markkinasta, on pankkien keskityttävä siihen, miten tarjota paras mahdollinen asiakaskokemus kaikissa kanavissa", keroo Laura Laitala, Capgeminin finanssisektorin asiantuntija. "Kun uusi, avoin asiakkaista,

¹ Gen Y -asiakkaiksi luokitellaan yksilöt joiden ikä on 18 ja 34 vuoden välissä.

² Asiakkaat, jotka asioivat verkossa ja käyttävät mobiililiratkaisuja säännöllisesti maksaakseen laskuja tai ostaakseen ruokaa, päivittäistavaroita, elektroniikkaa ja vaatteita, luokitellaan tech-savvyiksi. Heitä on kaikissa ikäluokissa.

perinteistä sekä uusista finanssialan toimijoista, sääntelyviranomaisista sekä kehittäjistä koostuva ekosysteemi muodostuu, on pankeilla tilaisuus luoda erinomainen, digitaalinen asiakaskokemus ja säilyttää siten asiakkaansa ja lisäksi luoda uusia tulovirtoja.”

Kasvavasta sääntelystä, uusista kilpailun muodoista, teknologioista ja asiakasodotuksista huolimatta pankit voivat käyttää muutosta edukseen. Huomattava enemmistö pankkialan johtohenkilöistä (70,8 prosenttia) on sitä mieltä, että he voivat luoda perinteistä poikkeavia tulovirtoja tekemällä yhteistyötä FinTech- ja BigTech -toimijoiden kanssa. Esimerkkejä tästä voivat olla uuden palvelun tuottaminen tai kolmansien osapuolien tuotteiden jakelu markkina-alustojen avulla. Suurin osa pankeista uskoo, että datan käyttöön liittyy huomattava määrä hyödyntämättömiä mahdollisuuksia, joiden avulla voidaan parantaa asiakaskokemusta. Haastelluista 87,5 prosenttia suunnitelee käyttävänsä dataa sujuvampien asiakaspolkujen suunnitteluun; 75,0 prosenttia suhd-perusteiseen hinnoitteluun ja 58,3 prosenttia personoitujen asiakasuskollisuuspalkintojen rakentamiseen.

”Pankkiala on käännekohdassa ja sen tulee määrittää roolinsa tulevaisuuden avoimessa pankkiekosysteemissä. Koko ajan syntyy mahdollisuuksia uusiin innovaatioihin yhteistyötä tekemällä. Pankkialalla eletään innostavia aikoja, kun sääntely, innovaatiot, kilpailu ja yhteistyö muodostavat pohjaa sille, miltä tulevaisuuden pankki näyttää,” sanoo Laura Laitala.

Tutkimusmenetelmät

Tämän vuoden World Retail Banking -raportti kartoittaa pankkialan tämän hetkisiä näkemyksiä ja potentiaalista kehityskulkua, kun BigTech- ja FinTech -toimijoiden määrä finanssialalla lisääntyy. Tämän vuoden raportti pohjautuu näkemyksiin, joita saatiin kahden lähteenä käytetyn tutkimuksen lopputuloksista: kyselystä noin 10 000 pankkialan asiakkaalle 20 maassa sekä 60 pankkialan johtohenkilön haastatteluista 23 eri markkinalla.

Lisää tietoa osoitteessa: www.worldretailbankingreport.com.

Capgemini

Maailman johtaviin konsultointi- ja teknologiapalveluita tarjoaviin yrityksiin kuuluva Capgemini toimittaa asiakkailleen innovatiivisia digiratkaisuja, pilvipalveluita ja eri teknologioihin perustuvia alustarakkaisuja. Syvällisen toimialaosaamisen ansiosta Capgeminiillä on vahva jalansija eri sektoreilla toimivien asiakkaiden liiketoimintaa tukevana strategisena kumppanina. Capgemini tarjoaa monipuolisia palveluita strategiasuunnittelusta operatiivisen tason toteutukseen saakka – yli 50 vuoden kokemuksella. Teknologian liiketoiminnalle tuoma lisäarvo pohjautuu vahvasti asiantuntijuuteen ja Capgeminin tärkeimpään voimavaraan: ihmisiin. Syvästi monikulttuurisena organisaationa Capgemini työllistää globaalisti 200.000 ihmistä yli 40 maassa. Capgemini Groupin liikevaihto vuonna 2017 oli 12,8 miljardia euroa.

Lisätietoa www.fi.capgemini.com. *People matter, results count.*

Tietoa Efmasta

Efma on vuonna 1971 pankkien ja vakuutusyhtiöiden toimesta perustettu maailmanlaajuinen voittoa tuottamaton organisaatio, jonka pyrkimys on edistää verkostoitumista päätöksentekijöiden välillä. Se tarjoaa laadukkaita näkemyksiä, jotka auttavat pankeja ja vakuutusyhtiöitä tekemään oikeita päätöksiä innovatiivisuuden ja muutoksen edistämiseksi. Efmän jäsenenä on yli 3 300 brändiä 130 maassa.

Efmän päätoimipaikka on Pariisissa, ja sillä on toimistot Lontoossa, Brysselissä, Barcelonassa, Tukholmassa, Bratislavassa, Dubaissa, Mumbaissa ja Singaporessa.

Lue lisää osoitteesta www.efma.com.