



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Oppiaine	Markkinointi	Päivämäärä	11.4.2012
Tekijä	Ilkka-Christian Torkkel	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	97 s.
Otsikko	Asiakaspääoman hyödyntäminen asiakasportfoliojohtamisessa vähittäispankkialalla		
Ohjaajat	KTT Heli Marjanen, KTM Kaisa Saastamoinen		

#### Tiivistelmä

2000-luvulla markkinoinnin ja tuloksellisuuden yhteyttä tarkastelevien tutkimusten kysyntä on ollut huomattava. Asiakaskannattavuuslaskenta on noussut myös vähittäispankeissa keskeiseen rooliin. Kuitenkin erityisesti pohjoismaisissa vähittäispankeissa asiakaspääoman laskenta ja asiakasportfoliojohtaminen on varsin vieras asia. Asiakaspääoman laskennalla vähittäispankit kykenevät viemään asiakasportfoliojohtamisen uudelle tasolle.

Tutkielman tarkoituksena on kuvailla asiakaspääoman käyttöä, sen taustalla olevia tekijöitä ja sen hyödyntämistä vähittäispankin asiakasportfoliojohtamisessa. Tutkielma vastaa seuraavaan tutkimusongelmaan: *Miten vähittäispankki kykenee estimoimaan ja käyttämään asiakaspääomaa sekä miten sitä voidaan hyödyntää asiakasportfoliojohtamisessa?* Tutkimusongelmaa käsitellään kahden alakysymyksen kautta:

- Mitä on asiakasportfoliojohtaminen?
- Mitä on asiakaspääoma ja miten sitä voidaan mitata?

Tutkimuskysymyksiin vastataan vahvan teoreettisen pohjan ja esimerkkilaskelmien kautta. Teoreettinen viitekehys on rakennettu modernin portfolioteorian asiakasperusteisten sovellusten ja asiakaspääoman liittyvien laskentamallien perusteella. Teoreettisten oletusten pohjalta pohditaan eri laskentaesimerkkien avulla vähittäispankin asiakaspääoman estimointia, asiakkaan elinikäarvon käyttämistä sekä asiakaspääoman hyödyntämistä ja vaikuttavuutta asiakasportfoliojohtamisessa. Johtopäätösten pohjalta rakennetaan käsitteellinen malli, jonka avulla vähittäispankki kykenee hallinnoimaan asiakaspääoman mittaamisen ja asiakasportfoliojohtamisen kenttää sekä niiden välisiä vaikutussuhteita.

Asiakaspääoman mittaaminen lähtee liikkeelle nykyisten ja potentiaalisten asiakkaiden havainnoista ja niiden mittaamisesta. Asiakaspääoman estimoinnissa on oleellista mitata ja arvioida tulevaisuuden asiakaskatteen, asiakassuhteen keston, asiakaskustannusten ja riskien kehittymistä. Mittarit eivät kuitenkaan yksin hyödytä vähittäispankkia, vaan mittareista saatuja tuloksia tulee soveltaa sekä strategisessa asiakasportfoliojohtamisessa että operatiivisemmassa asiakassuhdejohtamisessa. Strategisessa asiakasportfoliojohtamisessa asiakaspääoman mittarit auttavat optimaalisimman asiakasportfolion rakentamisessa. Asiakaspääomamittarien avulla pystytään esimerkiksi löytämään optimitaso segmenttikohtaisten markkinointi-investointien ja kustannusten allokoinnissa, uusasiakashankinnan ja nykyisen asiakaspidon välillä, tehokkaimman markkinointikanavan valinnassa ja oikea-aikaisten investointien tekemisessä.

Asiasanat	Asiakasportfoliojohtaminen, asiakaspääoma, asiakkaan elinikäarvo
Muita tietoja	