



# SESAM AUKENE!

Kirjautumiskokemusten karu  
todellisuus Suomessa



# KAIKKI NE HYLÄTYT OSTOSKORIT – HUONOLLA KIRJAUTUMISKOKEMUKSELLA ON HINTANSA!



yrityksistä sanoo menettäneensä asiakkaita digitaalisissa palveluissaan hankalan kirjautumisprosessin vuoksi



kuluttajista sanoo, että on hylännyt ostoskorin hankalan kirjautumisprosessin vuoksi



kuluttajista sanoo, että hylkää ostoskorin tai asiointiprosessin usein hankalan kirjautumisprosessin vuoksi - ja aikoo toimia niin jatkossakin



yrityksistä sanoo rekisteröitymisprosessin olevan yksi merkittävimmistä digitaalisten palveluiden haasteista





# SISÄLLYS

ALKUSANAT	4
KESKEISET HAVAINNOT	5
DIGITAALINEN ASIOINTIKOKEMUS KÄRSII	7
HUONO KOKEMUS KARKOTTAASIAKKAAT	11
KIRJAUTUMISKOKEMUS VAIKUTTAA OSTOKÄYTTÄYTYMISEEN	14
HELPOMPIA KIRJAUTUMISPALVELUITA KAIVATAAN	16
YRITYKSIÄ PIDETÄÄN VASTUULLISENA TIETOTURVASTA	19
TUTKIMUKSEN TAUSTA JA TOTEUTUS	22
YHTEENVETO	24



# ALKUSANAT



Suuret alustajätit Amazon, Google ja Apple ovat opettaneet meille viime vuosina miltä hyvä digitaalinen asiointikokemus tuntuu. Sujuvan ja vaivattoman digitaalisen palvelukokemuksen taustalla kyseisillä toimijoilla on paitsi vuosien työ, myös tarkasti mietitty kokonaisuus, joista hyvä kokemus asiakkaalle rakentuu. Yksi sujuvan asioinnin avaintekijöistä on tekijä, josta ei paljon puhuta - asiakkaan helpoksi tehty tunnistautuminen ja sen myötä sujuva kirjautumiskokemus.

## **Ensivaikutelmalla on merkitystä.**

Digitaalisissa asiointipalveluissa tai verkkokaupoissa kirjautumisikkuna on usein yksi ensimmäisistä vuorovaikutteisista toiminnoista asiakkaan ja brändin välillä. Se on palveluja tarjoavalle yritykselle kuin oven avaus asiakkaalleen kivijalassa. Tunnistautumisen myötä asiakas saa yksilöllisen identiteetin. Tämän avulla asiakaskohtaisen datan kerääminen mahdollistuu, sitä voidaan hyödyntää personoidun palvelun ja relevantin tarjoaman kohdentamiseksi sekä sujuvamman asiointikokemuksen rakentamiseksi.

Houston Inc. Consultingin toteuttama Kirjautumiskokemusten tila 2022 - tutkimus luotaa digitaalisten palveluiden rekisteröintiin ja kirjautumiseen liittyviä kokemuksia paitsi suomalaisten kuluttajien ja myös palveluja tarjoavien tahojen silmin. Tutkimus on toteutettu toukokuussa 2022.

# KESKEISET HAVAINNOT.



# 86%

**kuluttajista**  
myöntää käyttävänsä  
samoja salasanoja  
palvelusta toiseen

# 72%

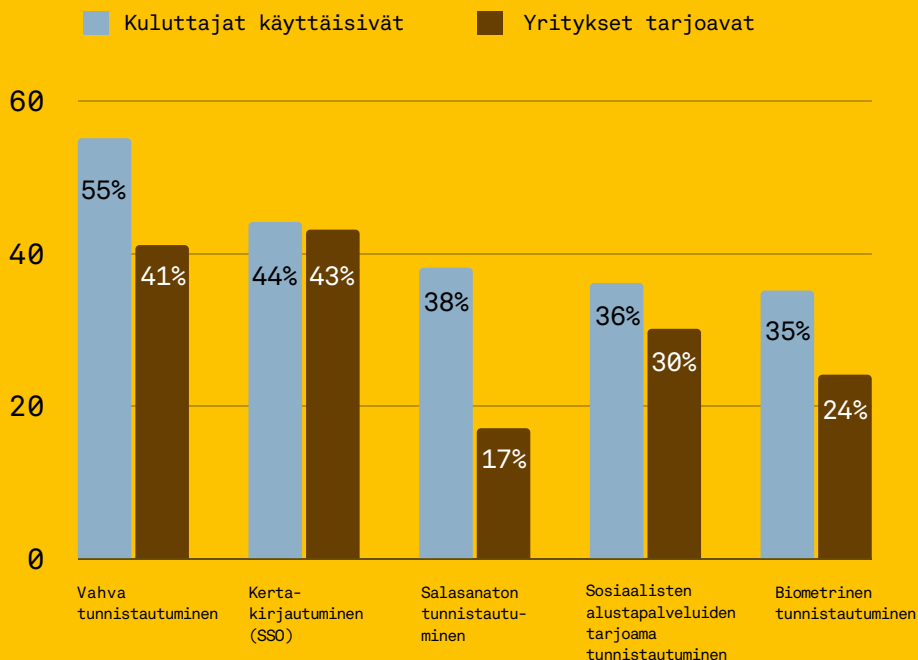
**kuluttajista**  
olettaa yritysten pitävän  
huolta tietoturvasta sekä  
asiakastiedot turvassa

# 81%

**kuluttajista**  
on hylännyt ostoskorin,  
liian hankalan  
kirjautumisprosessin  
vuoksi

**Merkittävimmät kuluttajia  
rekisteröintikokemuksessa  
turhauttavat tekijät**

Suomalaisten yritysten kirjautumispalvelut eivät täysin vastaa toivottuja



# 89%

**yrityksistä**  
sanoo menettäneensä  
digitaalisissa  
palveluissa asiakkaita  
hankalan kirjautumis-  
prosessin vuoksi

# 60%

turhautuu pitkien  
kirjautumis- tai rekiste-  
röitymislomakkeiden  
täyttämisestä

# 73%

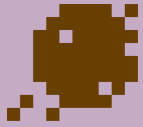
**kuluttajista**  
on haluttomia  
antamaan yrityksille  
henkilökohtaisia  
tietoja itsestään  
vastineeksi  
yksilöllisestä  
palvelukokemuksesta

# 55%

turhautuu uuden tunnuksen  
ja salasanan luomisesta  
jokaista sovellusta tai  
verkkopalvelua varten

# 45%

turhautuu yrittäessään  
keksiä salasanaa, joka  
täyttää turvavaatimukset



# DIGITAALINEN ASIOINTIKOKEMUS KÄRSII.



## HANKALAKSI TEHTY KIRJAUTUMISPROSESSI TURHAUTTAA KULUTTAJIA – VAIKUTUS ASIOINTIKOKEMUKSEEN ON MERKITTÄVÄ



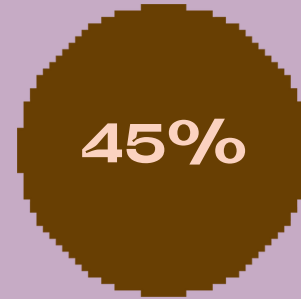
turhautuu pitkien kirjautumis- tai rekisteröitymislomakkeiden täyttämisestä



turhautuu henkilökohtaisten tietojen täyttämisen vaateesta (henkilöturvatus, passin numero tmv.)



turhautuu uuden tunnuksen ja salasanan luomisesta jokaista sovellusta tai verkkopalvelua varten



turhautuu yrittäessään keksiä salasanaa, joka täyttää turvavaatimukset

86%

Kuluttajista myöntää käyttävänsä samaa salasanaa uudelleen useammalla kuin yhdellä tilillä, sillä salasanaliitännäiset haasteet ovat yksi merkittävimmistä turhautumista aiheuttavista tekijöistä digitaalisissa palveluissa ja asiointikanavissa.





# VAIN KAKSI VIIDESTÄ SUOMALAISESTA YRITYKSESTÄ TARJOAA NOPEAN, ALLE MINUUTIN KESTÄVÄN REKISTERÖITYMISEN

10%

yrityksistä arvioi verkkopalvelunsa rekisteröitymisprosessin vievän asiakkaalta yli viisi minuuttia

43%

yrityksistä arvioi verkkopalvelunsa rekisteröitymisprosessin vievän asiakkaalta yhdestä viiteen minuuttia

33%

yrityksistä arvioi verkkopalvelunsa rekisteröitymisprosessin vievän asiakkaalta 10 sekunnista yhteen minuuttiin

7%

yrityksistä arvioi verkkopalvelunsa rekisteröitymisprosessin vievän asiakkaalta alle 10 sekuntia

7%

Yrityksistä ei osaa arvioida, kuinka kauan heidän verkkopalvelunsa rekisteröintiprosessi kestää



Esimerkki

Wolt-kirjautuminen vie alle 10 sekuntia hyödyntämällä alustapalvelujen tunnistautumista.

# PALAAVAN ASIAKKAAN SUJUVA TUNNISTAMINEN ON LOJALITEETIN KANNALTA KRIITTISTÄ – VAIN NELJÄNNES SUOMALAISISTA YRITYKSISTÄ TARJOAA TODELLA NOPEAN KIRJAUTUMISEN

16%

yrityksistä arvioi verkkopalvelunsa uudelleen kirjautumisprosessin vievän asiakkaalta vähintään yhden minuutin

19%

yrityksistä arvioi verkkopalvelunsa uudelleen kirjautumisprosessin vievän asiakkaalta **30 sekunnista yhteen minuuttiin**

35%

yrityksistä arvioi verkkopalvelunsa uudelleen kirjautumisprosessin vievän asiakkaalta **10-30 sekuntia**

26%

yrityksistä arvioi verkkopalvelunsa uudelleen kirjautumisprosessin vievän asiakkaalta **alle 10 sekuntia**

4%

Suomalaisista yrityksistä ei osaa arvioida, kuinka kauan heidän verkkopalveluunsa uudelleen kirjautuminen kestää



Tiesitkö?

Uudelleenkirjautuminen Nordnetin hyödyntäen iPhone'n Face-ID:tä vie alle sekunnin.



**HUONO KOKEMUS  
KARKOTTAASIAKKAAT.**

# KIRJAUTUMISELLA ON MERKITYSTÄ! – SUOMALAISET YRITYKSET MENETTÄVÄT POTENTIAALISIA ASIAKKAITA DIGIKANAVISSA



yrityksistä sanoo menettäneensä asiakkaita digitaalisissa palveluissaan hankalan kirjautumisprosessin vuoksi



yrityksistä sanoo asiakkaidensa hylkäävän ostoskorin tai keskeyttävän asiointiprosessin toistuvasti, koska kirjautuminen on liian hankalaa



yrityksistä sanoo rekisteröitymisprosessin olevan yksi merkittävimmistä digitaalisten palveluiden haasteista



yrityksistä sanoo kirjautumisprosessin olevan yksi digitaalisten palveluiden haasteista

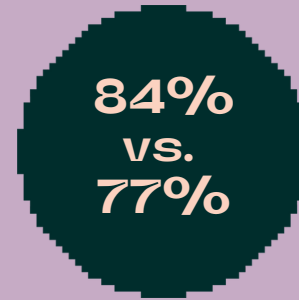
# POTENTIAALISET ASIAKKAAT SIIRTYVÄT TOISAALLE – SUOMALAISET KULUTTAJAT HYLKÄÄVÄT OSTOSKORIN TAI ASIOINTIPROSESSIN KIRJAUTUMISEEN LIITTYVIEN HANKALUUKSIEN VUOKSI



kuluttajista sanoo, että on keskeyttänyt rekisteröitymisen verkkopalveluun tai hylännyt ostoskorin hankalan tai työlään kirjautumisprosessin vuoksi



kuluttajista sanoo, että hylkää ostoskorin tai asiointiprosessin usein hankalan tai työlään kirjautumisprosessin vuoksi - ja aikoo toimia niin jatkossakin



miehet hylkäävät ostoskorin naisia todennäköisemmin, mikäli kirjautumisessa on haasteita tai se on työläs



**KIRJAUTUMISKOKEMUS  
VAIKUTTAA  
OSTOKÄYTTÄYTYMISEEN.**



# TODENNÄKÖISYYS ASIOIDA DIGIKANAVISSA KASVAA, MIKÄLI KIRJAUTUMINEN ON YKSINKERTAISTA JA VAIVATONTA



55%

suomalaisista kuluttajista sanoo  
asioivansa todennäköisimmin  
verkkopalvelussa tai sovelluksessa,  
jos voi käyttää samaa tunnusta ja  
salasanaa yrityksen eri  
palvelukanavissa



38%

suomalaisista kuluttajista  
sanoo asioivansa todennäköisimmin  
verkkopalvelussa tai sovelluksessa,  
jos voi käyttää salasanaonta  
palvelua



Vinkki!

Distruptoiivat palvelut tarjoavat keinoja  
tunnistautumiseen, kuten Netflix, apuna toinen laite.



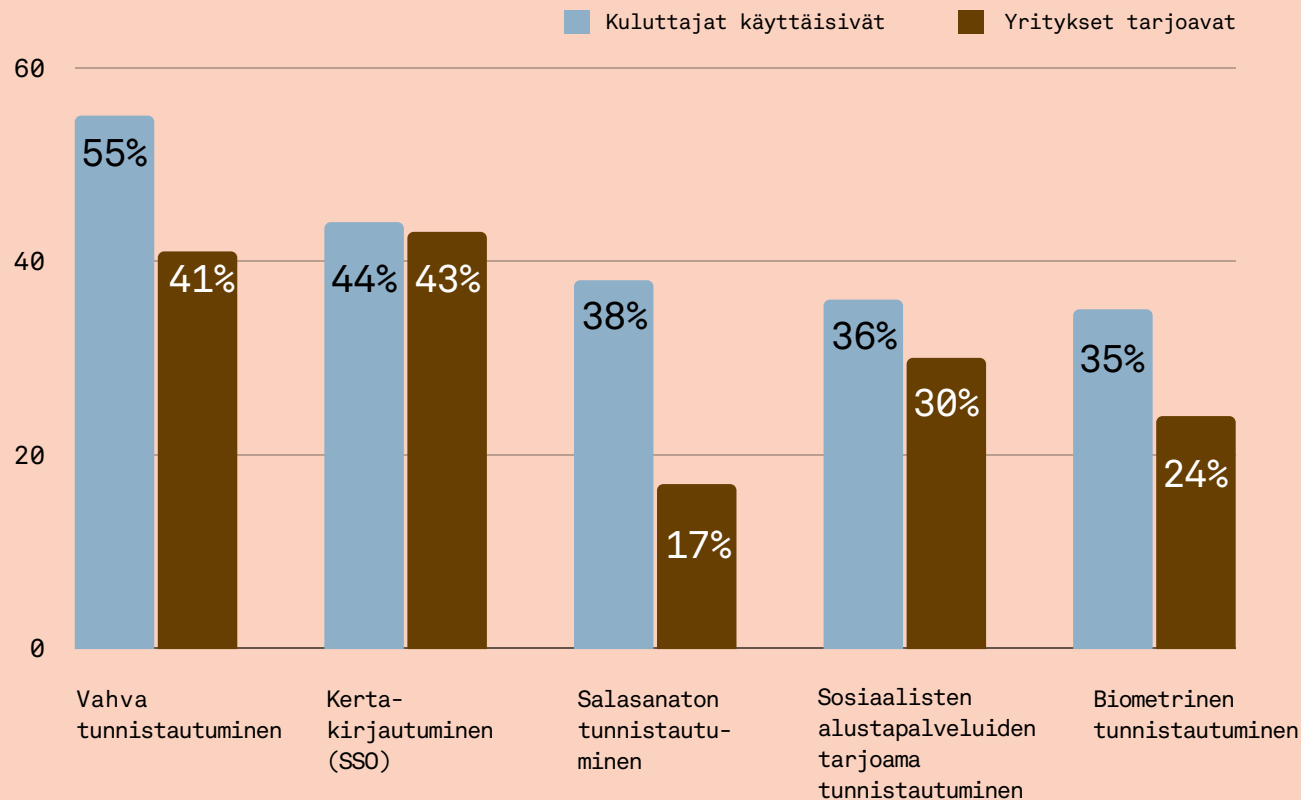
**HELPOMPIA  
KIRJAUTUMISPALVELUITA  
KAIVATAAN.**



# Suomalaisten yritysten kirjautumispalvelut eivät täysin vastaa toivottuja

8%

Lähes kymmenes (8%) suomalaisista yrityksistä ei tarjoa asiakkailleen mitään tässä mainituista kirjautumispalveluista



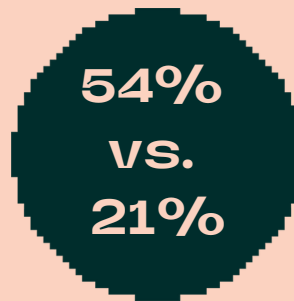
## SUJUVUUTTA JA HELPPOUTTA HAETAAN KÄYTTÄMÄLLÄ SAMAA TUNNUSTA JA SALASANAA PALVELUSTA TOISEEN



suomalaisista kuluttajista myöntää käyttävänsä samaa salasanaa useissa digipalveluissa



suomalaisista kuluttajista myöntää käyttävänsä jatkuvasti samaa salasanaa



nuorista (18-24 vuotiaat) suomalaisista kuluttajista myöntää käyttävänsä samaa salasanaa palveluissa jatkuvasti verrattuna vanhempaan ikäryhmään (yli 65 -vuotiaat)



**YRITYKSIÄ PIDETÄÄN  
TIETOTURVASTA  
VASTUULLISENA.**

# PALVELUIDEN TURVALLISUUTTA PIDETÄÄN YRITYSTEN VASTUULLA, MUTTA TURVALLISUUDEN TASOA ON VAIKEAA TUNNISTAA

72%

suomalaisista kuluttajista odottaa ja olettaa, että palveluja tarjoavat yritykset pitävät henkilötiedot digitaalisen asioinnin ja ostamisen osalta turvassa

65%

palveluja tarjoavista yrityksistä on samaa mieltä asiakkaiden odotuksista näitä kohtaan digitaalisen asioinnin tietoturvaan liittyen

24%

suomalaisista kuluttajista sanoo, että tietoturvalliset verkkopalvelut tai sovellukset on helppo tunnistaa

40%

suomalaisista kuluttajista sanoo, että tietoturvalliset verkkopalvelut tai sovellukset on vaikea tunnistaa

**38% vs. 18%**

Nuorempien asiakkaiden on vanhempia helpompi tunnistaa verkkopalveluiden tietoturvallisuus

# HENKILÖKOHTAISEN DATAN LUOVUTTAMINEN MIETITYTTÄÄ SUOMALAISIA KULUTTAJIA HUOLIMATTA MAHDOLLISUUDESTA PAREMPAAN ASIOINTIKOKEMUKSEEN



kuluttajista on haluton antamaan yrityksille henkilökohtaisia tietoja itsestään vastineeksi yksilöllisestä palvelukokemuksesta



kuluttajista haluaa pitää henkilökohtaiset tiedot yksityisinä ja hyväksyvät sen myötä persoonattoman kokemuksen



kuluttajista sanoo antavansa yrityksille mielellään henkilökohtaisia tietoja, mikäli asiayhteys on oikea



kuluttajista sanoo antavansa erittäin mielellään henkilökohtaisia tietoja ja jakavansa ne rajoituksetta, mikäli palvelukokemus on henkilökohtaisempi

**86% vs. 51%**

Iäkkäämmät kuluttajat ovat nuoria haluttomampia antamaan yrityksille henkilökohtaisia tietoja itsestään



# TUTKIMUKSEN TAUSTA JA TOTEUTUS.



# TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA VASTAAJAPROFIILIT

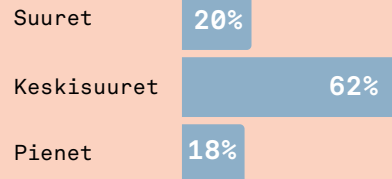
## TOTEUTUS

Online -kysely kahdelle eri vastaajaryhmälle toukokuussa 2022

## MARKKINA-ALUE

Suomi

## YRITYSPROFIILI

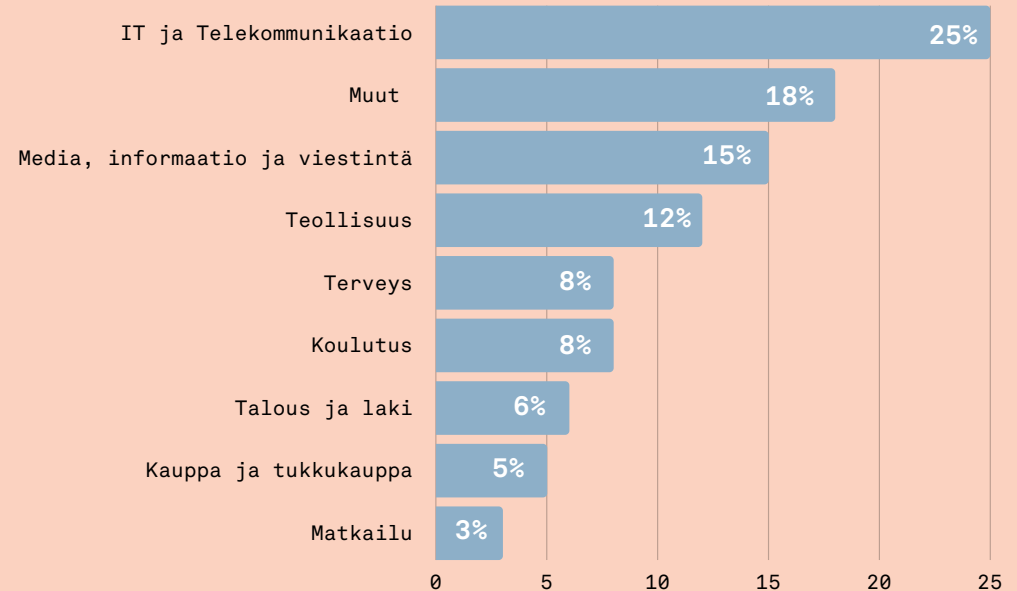


## VASTAAJAT

Vastaajaryhmä 1. N=1000  
Kuluttajat vastasivat verkkopalveluihin toimintaan ja palveluiden sujuvuutta koskeviin monivalintakysymyksiin.

Vastaajaryhmä 2. N=207  
Markkinointi- ja tietohallintopäätäjät vastasivat verkkopalveluiden tarjoamista ja kehittämistä koskeviin kysymyksiin.

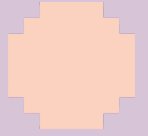
## TOP TOIMIALAT



# YHTEENVETO.



# Loppusanat



Alati kasvava määrä asiointikanavia on tuonut mukanaan saumattoman ja tietoturvallisen kanavasta toiseen siirtyvän asiointikokemuksen toiveen, jopa vaateen. Kukapa meistä ei toivoisi helppoa asiointia ja juuri itsellemme relevanttia tarjoomaa asioidessamme verkkokaupassa. Tai sujuvasti toimivaa ja turvallista palveluasiointia digikanavissa, asioimmepa sitten mobiilisti tien päällä, palvelupäätteellä asiointipisteessä tai selaimella kotona.

Aivan liian usein palveluiden käyttöhaasteet kuitenkin tarpeettomasti hidastavat, ja jopa estävät asiointia tai ostamisen. Ja aivan turhan usein haasteet liittyvät rekisteröinti- tai kirjautumisprosessiin. Huono kirjautumiskokemus viekin pohjan sujuvalta kokonaisasiointilta.

Asiakkaan sujuva kirjautuminen ja sitä myöten mutkaton kanavasta toiseen asiointi on keino edistää asiakashankintaa ja rakentaa lojaliteettiä. Kirjautumiskokemuksella on mahdollisuus rakentaa todellista kilpailuetua digitaalisissa palveluissa valjastaen ne siihen, missä ne ovat parhaimmillaan - ajasta ja paikasta riippumattomaan, monipuoliseen ja silti personoituun, turvalliseen ja sujuvaan asiointiin.

Hyvien kirjautumiskokemusten puolesta.

Not because it's  
easy, but  
because it's  
hard.

.HOUSTON.INC.

Sponsored by  
**okta**

