

ASIAKKUUSINDEKSI

2025

ASML

nSight

Sisältö

- 1 Asiakaskokemus
- 2 Asiakasuskollisuus
- 3 Vastuullisuus
- 4 Tekoälypalvelut ja AI-agentit kuluttajien ostoprosessissa
- 5 Tutkimuksesta

1. Asiakaskokemus

TUTKIMUSMETODI

Näin Asiakaskokemusta mitattiin

Asiakaskokemus

Hyöty

Koen, että tuotteet/palvelut vastaavat tarpeitani (asteikolla 1–10)

Helppous

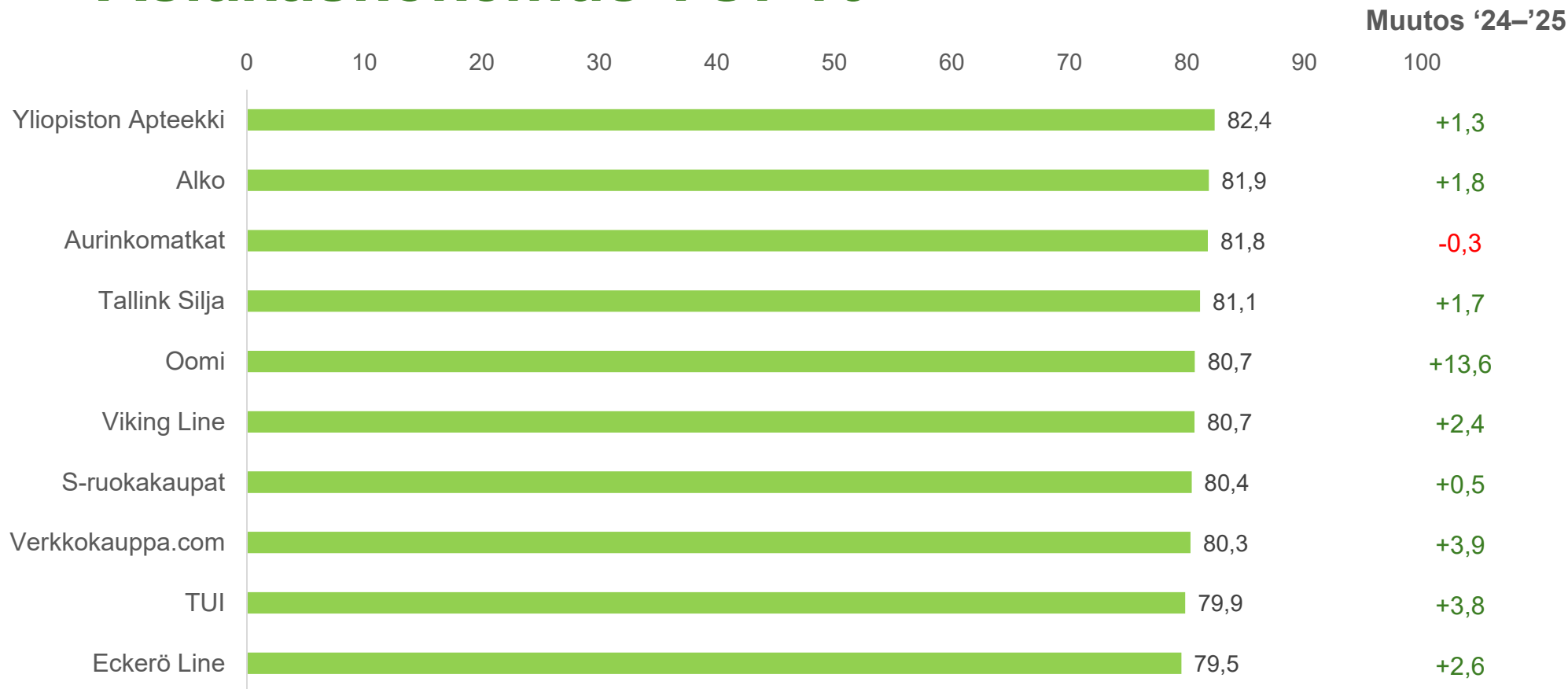
Koen, että yrityksen kanssa on helppo hoitaa asioita (asteikolla 1–10)

Miellyttävyys

Mielestäni yrityksen kanssa on miellyttävää olla tekemisissä (asteikolla 1–10)

ASIAKASKOKEMUS 2025

Asiakaskokemus TOP10



Yliopiston Apteekki loistaa listan ykkössijalla, Alko toisella sijalla. Aurinkomatkat pysyi edelleen kärkikolmikossa. Sähköyhtiötsektorilla Oomi on parantanut asiakaskokemustaan merkittävästi ja nousee ainoana kärkikymmenikköön. Top 10 listalle mahtuu myös useita matkailualan yrityksiä.

Asiakaskokemus 2025 ranking

Edelläkävijät

| Sijoitus | Yritys | Asiakaskokemusindeksi | |
|----------|---------------------|-----------------------|--|
| 1. | Yliopiston Apteekki | 82,4 | |
| 2. | Alko | 81,9 | |
| 3. | Aurinkomatkat | 81,8 | |
| 4. | Tallink Silja | 81,1 | |
| 5. | Oomi | 80,7 | |
| 6. | Viking Line | 80,7 | |
| 7. | S-ruokakaupat | 80,4 | |
| 8. | Verkkokauppa.com | 80,3 | |
| 9. | TUI | 79,9 | |
| 10. | Eckerö Line | 79,5 | |
| 11. | Mehiläinen | 79,1 | |
| 12. | Musti ja Mirri | 78,7 | |
| 13. | S-Pankki | 78,6 | |
| 14. | Zalando | 78,2 | |
| 15. | Onnibus | 78,1 | |
| 16. | Terveystalo | 78,0 | |
| 17. | IKEA | 77,9 | |
| 18. | Motonet | 77,8 | |
| 19. | Pihlajalinna | 77,7 | |
| 20. | Väre | 77,7 | |
| 21. | If | 77,6 | |

Haastajat

| Sijoitus | Yritys | Asiakaskokemusindeksi | |
|----------|------------------|-----------------------|--|
| 22. | Sokos | 77,3 | |
| 23. | VR | 77,1 | |
| 24. | Vattenfall | 77,1 | |
| 25. | LähiTapiola | 77,0 | |
| 26. | Fennia | 77,0 | |
| 27. | Clas Ohlson | 76,9 | |
| 28. | Tjäreborg | 76,9 | |
| 29. | Tokmanni | 76,6 | |
| 30. | Biltema | 76,6 | |
| 31. | OP Pankki | 76,6 | |
| 32. | DNA | 76,5 | |
| 33. | K-ruokakaupat | 76,1 | |
| 34. | Power | 76,1 | |
| 35. | XXL | 75,8 | |
| 36. | Pohjola Vakuutus | 75,4 | |
| 37. | Helen | 74,7 | |
| 38. | Stockmann | 74,5 | |
| 39. | Gigantti | 74,0 | |
| 40. | HSL | 74,0 | |

Puolustajat

| Sijoitus | Yritys | Asiakaskokemusindeksi | |
|----------|------------------|-----------------------|--|
| 41. | Elisa/Saunalahti | 73,7 | |
| 42. | OmaSp | 73,5 | |
| 43. | Finnair | 73,3 | |
| 44. | Telia | 73,2 | |
| 45. | Säästöpankki | 73,2 | |
| 46. | Amazon | 73,0 | |
| 47. | Fortum | 72,2 | |
| 48. | Lidl | 71,8 | |
| 49. | Veikkaus | 70,5 | |
| 50. | Aktia | 70,4 | |
| 51. | Nordea | 69,4 | |
| 52. | Danske Bank | 68,7 | |

| | |
|------------------------|--|
| Matkailu | |
| Päivittäistavarakauppa | |
| Teleoperaattorit | |
| Pankit & Vakuutus | |
| Sähköyhtiöt | |
| Omnichannel | |
| Terveyshalvelut | |
| Rahapelit | |

* Yritys jolla on yksinoikeustyyppinen asema omalla markkinallaan

ASIAKASKOKEMUS 2025

Suurimpien nousijoiden listalla on tänä vuonna erityisen paljon sähköyhtiöitä

HUOM! Koska usealla yrityksellä on asiakaskokemus noussut viime vuoteen nähden, on hyvin mahdollista, että tulos pistemäärinä on kasvanut vaikka sijoitus on heikentynyt.

Suurimmat nousijat

| Yritys | Nousu '24-'25 | Sijoitus '25 |
|-------------|---------------|--------------|
| Oomi | +45 | 5 |
| Väre | +31 | 20 |
| Terveystalo | +27 | 16 |
| Onnibus | +24 | 15 |
| Fennia | +18 | 26 |
| Mehiläinen | +12 | 11 |
| Biltema | +11 | 30 |
| Helen | +11 | 37 |
| S-Pankki | +11 | 13 |
| TUI | +11 | 9 |

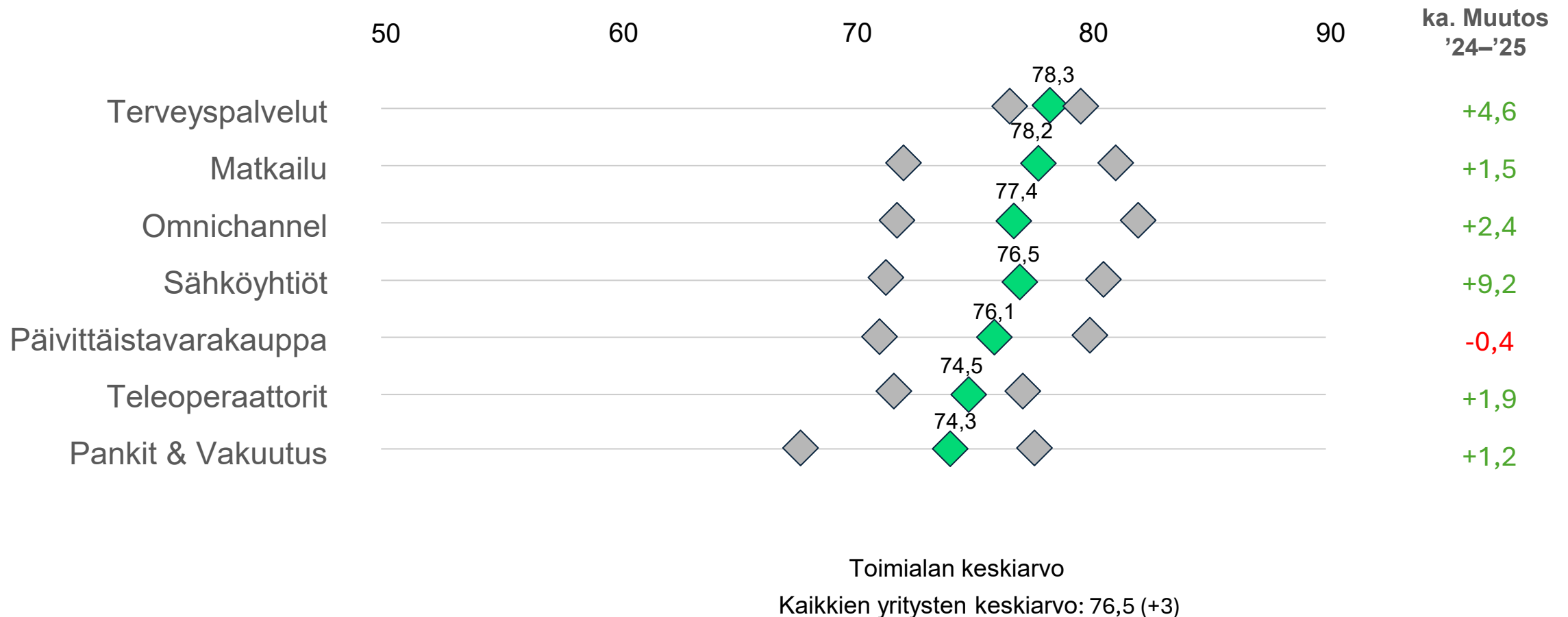
Suurimmat laskijat

| Yritys | Lasku '24-'25 | Sijoitus '25 |
|------------------|---------------|--------------|
| Finnair | -29 | 43 |
| Pohjola Vakuutus | -23 | 36 |
| K-ruokakaupat | -22 | 33 |
| Tjäreborg | -16 | 28 |
| Lidl | -15 | 48 |
| HSL | -14 | 40 |
| IKEA | -14 | 17 |
| Nordea | -13 | 51 |
| OP Pankki | -13 | 31 |
| Telia | -12 | 44 |

* Plus ja miinusluvut kertovat sijoituksen muutoksesta suhteessa vuoteen 2024. Listauksissa voi yritysten lähekkäisten sijoitusten vuoksi olla helposti lukumääräisesti isoja sijoitussiirtymiä, vaikka yritysten varsinaisissa luvuissa ei olisi tapahtunut suuria muutoksia

ASIAKASKOKEMUS 2025

Terveyspalveluiden ja matkailualan asiakaskokemus loistaa vahvimmin, sähköyhtiöt ovat parantaneet tuloksiaan huomattavasti.



Asiakaskokemuksen parantumiseen löytyy useita syitä

1

Asiakaskokemuksen vahvistumista selittää voimakkaimmin parantunut asiointin miellyttävyys, mutta myös asiointin helppous ja hyödyllisyys vahvistuivat.

2

Parannukset asiakaskokemuksessa olivat suurimpia sähköyhtiöissä. Tämä selittynee suurimmaksi osaksi rauhoittuneilla sähkön hinnoilla. Monet sähköyhtiöt ovat myös panostaneet entistä enemmän vihreään siirtymään, energiatuotannon läpinäkyvyyteen tai asiakasviestintään ilmastoasioista – mikä on monelle asiakkaalle yhä tärkeämpää.

3

Osa nousijayrityksistä (esim. Terveystalo ja Mehiläinen) on julkisten tietojen mukaan panostanut vahvasti asiakaskokemuksen parantamiseen.

4

Osa parannuksista selittyy korjausliikkeillä edellisvuoden poikkeuksellisen huonoihin tuloksiin.

2. Asiakasuskollisuus

TUTKIMUSMETODI

Näin Asiakasuskollisuutta mitattiin

Asiakasuskollisuus (Asiakkuusindeksi)

Suosittelu

Kuinka todennäköistä on asteikolla 1–10

- Suosittelen yritystä ystävälleni tai tutulleni
- Tehdessäni vastaavia ostoksia/hankintoja ensimmäistä kertaa, asioisin juuri tässä yrityksessä
- Jatkan tuotteiden ja palveluiden ostamista sieltä edelleen
- Kuinka tyytyväinen, asteikolla 1–10, olet kokonaisuudessaan?

Ostoaikomus

Kuinka todennäköistä on asteikolla 1–10

- Ostan jatkossa useammin niitä tuotteita tai palveluja, joita olen tähän mennessä ostanut
- Ostan jatkossa myös muita tuotteita tai palveluja, kuin niitä mitä olen tähän mennessä ostanut

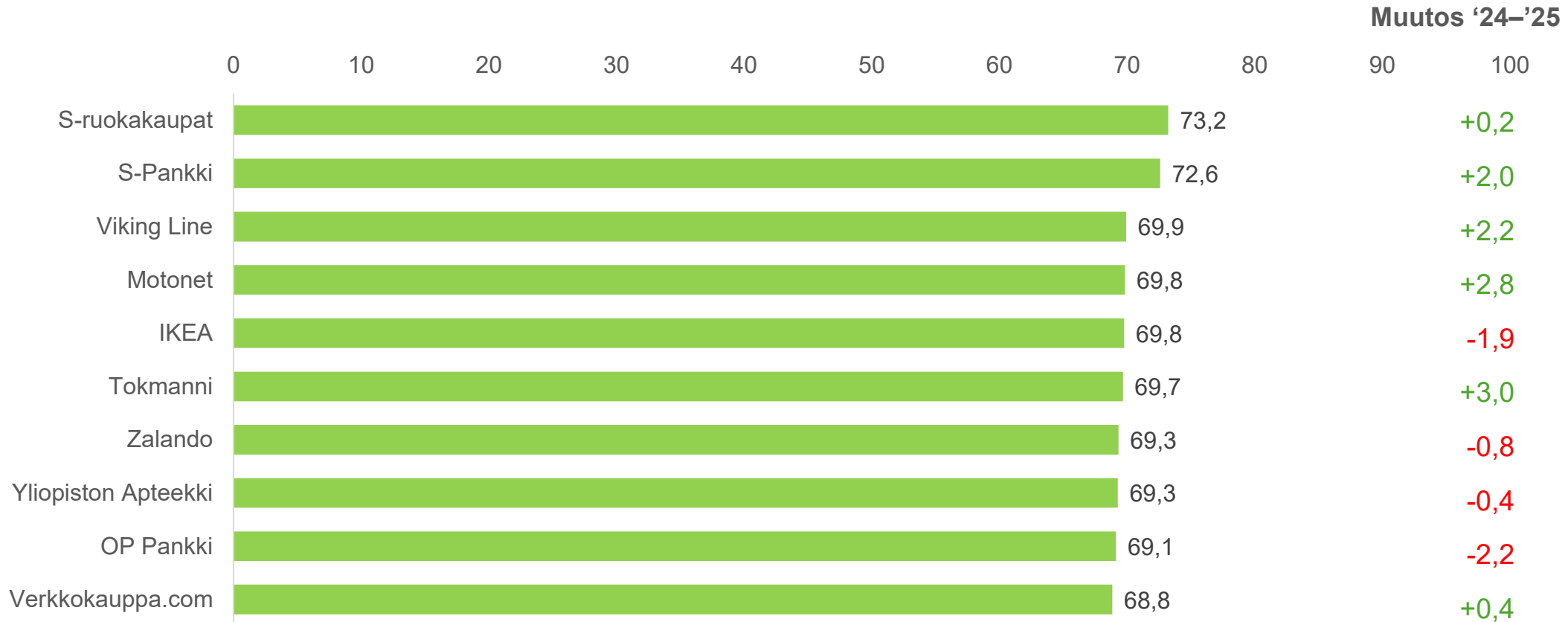
Pysyvyys

Kuinka todennäköistä on asteikolla 1–10

- Vaihdan jatkossa kilpailevan yrityksen tuotteisiin tai palveluihin

ASIAKASUSKOLLISUUS 2025

Asiakasuskollisuus TOP 10



Yhteisen omistajuuden yritykset ovat edelleen kärkisijoilla asiakasuskollisuudessa. Tokmanni, Motonet, Viking Line ja S-Pankki ovat onnistuneet rakentamaan asiakasuskollisuuttaan selvästi viime vuodesta.

Asiakasuskollisuus 2025 ranking

Edelläkävijät

| Sijoitus | Yritys | Asiakaskokemusindeksi |
|----------|---------------------|-----------------------|
| 1. | S-ruokakaupat | 73,2 |
| 2. | S-Pankki | 72,6 |
| 3. | Viking Line | 69,9 |
| 4. | Motonet | 69,8 |
| 5. | IKEA | 69,8 |
| 6. | Tokmanni | 69,7 |
| 7. | Zalando | 69,3 |
| 8. | Yliopiston Apteekki | 69,3 |
| 9. | OP Pankki | 69,1 |

Yrityksellä yksinoikeustyyppinen asema markkinallaan

| | |
|----------|------|
| Alko | 73,5 |
| VR | 69,5 |
| HSL | 69,0 |
| Veikkaus | 64,3 |

| | |
|-------------------------|--|
| Matkailu | |
| Päivittäistavara kauppa | |
| Teleoperaattorit | |
| Pankit & Vakuutus | |
| Sähköyhtiöt | |
| Omnichannel | |
| Terveyspalvelut | |

Haastajat

| Sijoitus | Yritys | Asiakaskokemusindeksi |
|----------|------------------|-----------------------|
| 10. | Verkkokauppa.com | 68,8 |
| 11. | Tallink Silja | 68,6 |
| 12. | LähiTapiola | 68,4 |
| 13. | Eckerö Line | 68,3 |
| 14. | Aurinkomatkat | 68,0 |
| 15. | Musti ja Mirri | 67,2 |
| 16. | If | 67,1 |
| 17. | Onnibus | 66,7 |
| 18. | TUI | 66,4 |
| 19. | Biltema | 66,4 |
| 20. | Mehiläinen | 66,3 |
| 21. | Clas Ohlson | 66,2 |
| 22. | Terveystalo | 65,7 |
| 23. | Lidl | 65,5 |
| 24. | XXL | 65,5 |
| 25. | Pihlajalinna | 65,3 |
| 26. | Sokos | 65,3 |
| 27. | Power | 65,1 |
| 28. | Oomi | 65,1 |
| 29. | Gigantti | 65,0 |
| 30. | Finnair | 64,8 |
| 31. | K-ruokakaupat | 64,4 |
| 32. | Pohjola Vakuutus | 64,4 |
| 33. | Väre | 64,3 |
| 34. | Tjärebrog | 64,0 |

Puolustajat

| Sijoitus | Yritys | Asiakaskokemusindeksi |
|----------|------------------|-----------------------|
| 35. | DNA | 63,8 |
| 36. | Vattenfall | 63,5 |
| 37. | Telia | 63,3 |
| 38. | Fennia | 63,2 |
| 39. | Nordea | 62,8 |
| 40. | Elisa/Saunalahti | 62,2 |
| 41. | Danske Bank | 61,9 |
| 42. | Amazon | 61,6 |
| 43. | Säästöpankki | 61,3 |
| 44. | Fortum | 60,8 |
| 45. | Aktia | 60,8 |
| 46. | Helen | 60,3 |
| 47. | Stockmann | 60,2 |
| 48. | OmaSp | 59,8 |

ASIAKASUSKOLLISUUS 2025

Tänä vuonna suurimmat nousijat ovat matkailualan yrityksiä tai sähköyhtiöitä, suurimmat laskijat finanssialan yrityksiä

Suurimmat nousijat

| Yritys | Nousu '24-'25 | Sijoitus '25 |
|-------------|---------------|--------------|
| Onnibus | +22 | 17 |
| Oomi | +20 | 28 |
| Väre | +17 | 33 |
| Eckerö Line | +14 | 13 |
| Terveystalo | +14 | 22 |
| TUI | +13 | 18 |
| Gigantti | +12 | 29 |
| Viking Line | +11 | 3 |
| Motonet | +11 | 4 |
| Tokmanni | +10 | 6 |

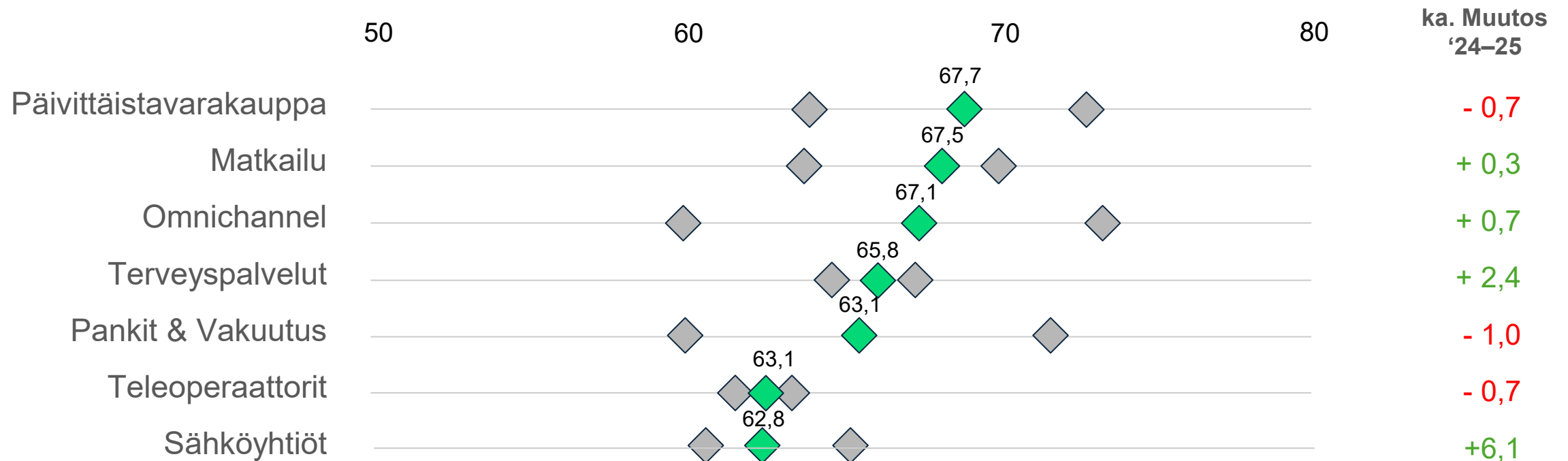
Suurimmat laskijat

| Yritys | Lasku '24-'25 | Sijoitus '25 |
|------------------|---------------|--------------|
| Pohjola Vakuutus | -21 | 32 |
| Nordea | -17 | 39 |
| Elisa/Saunalahti | -14 | 40 |
| Aurinkomatkat | -11 | 14 |
| Lidl | -10 | 23 |
| Power | -10 | 27 |
| Tjäreborg | -10 | 34 |
| Sokos | -8 | 26 |
| Finnair | -7 | 30 |
| Danske Bank | -6 | 41 |

* Plus ja miinusluvut kertovat sijoituksen muutoksesta suhteessa vuoteen 2024. Listauksissa voi yritysten lähekkäisten sijoitusten vuoksi olla helposti lukumääräisesti isojakin sijoitussiirtymiä, vaikka yritysten varsinaisissa luvuissa ei olisi tapahtunut suuria muutoksia

ASIAKASUSKOLLISUUS 2025

Pt-kauppa ja matkailuala ovat asiakasuskollisuudessa muita toimialoja edellä, suurimmat parannukset sähköyhtiöillä



◇ Matalin/korkein arvo
◆ Keskiarvo

Asiakasuskollisuuden vahvistuminen selittyy ennen kaikkea ostoaikomuksen vahvistumisella.

- Ostoaikomus nousi keskimäärin 4,7 pisteellä ja yhteensä 47 yrityksen ostoaikomus-komponentti nousi.
- Vain 3 yrityksen ostoaikomus laski.
- Suosittele-komponentti nousi keskimäärin 1,6 yksikköä.
- **Vahvistunut ostoaikomus heijastaa kuluttajien parantunutta luottamusta talouteen ja omaan taloudelliseen asemaansa.**



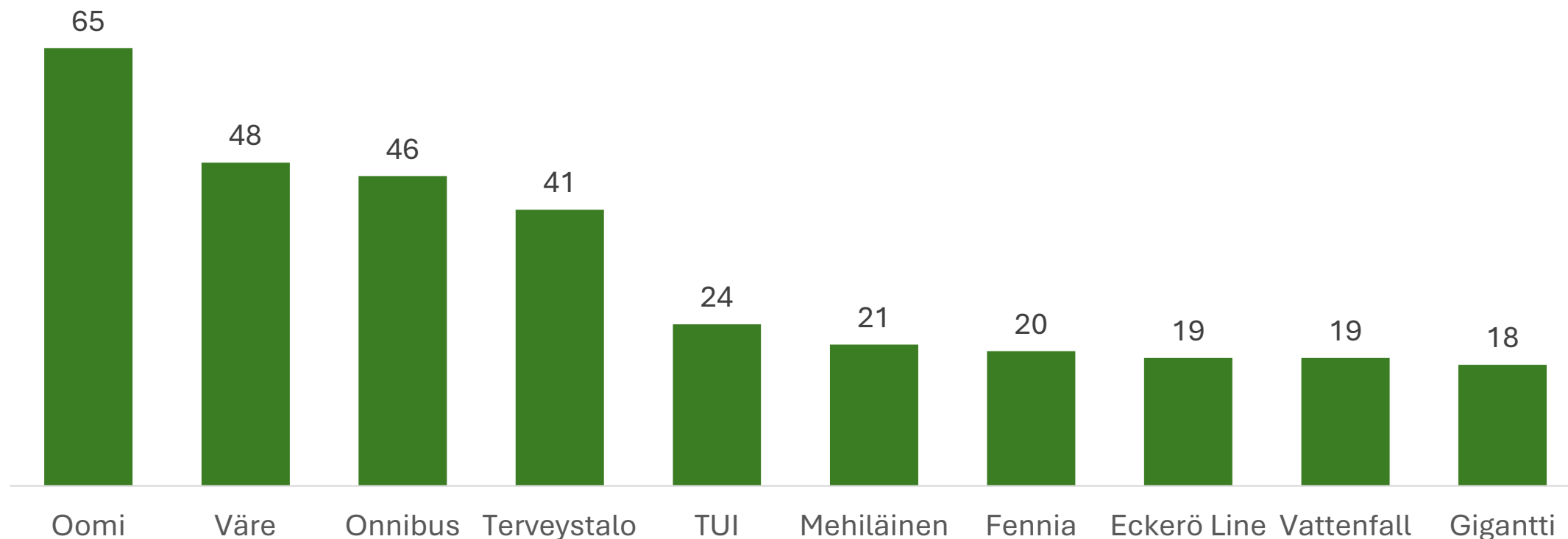
Asiakaspysyvyys jatkoi laskuaan myös vuonna 2025

- Asiakaspysyvyys laski keskimäärin 4,0 yksiköllä.
- 31 yrityksen asiakaspysyvyys laski yli 2 yksikköä.
- Suurimpia laskuja nähtiin finanssi- ja matkailualalla.
- Vain 8 yrityksen asiakaspysyvyys nousi edellisvuoteen nähden.
- Laskun taustalla lienee taloudellinen epävarmuus, yhä miinuksella pysyvä kuluttajaluottamus ja kuluttajien korostunut hintajahti.



Asiakaskokemuksessa ja uskollisuudessa nähtiin historiallisen suuria yhteisnousuja

Asiakaskokemuksen ja asiakasuskollisuuden yhteisnousu sijalukuina



* Luvut kertovat sijoituksen muutoksesta suhteessa vuoteen 2024. Listauksissa voi yritysten lähekkäisten sijoitusten vuoksi olla helposti lukumääräisesti isoja sijoitussiirtymiä, vaikka yritysten varsinaisissa luvuissa ei olisi tapahtunut suuria muutoksia

Paljon nousijoita, suurimpana haasteena heikentynyt asiakaspysyvyys

- Vuoden 2025 tuloksille on ominaista myönteinen kehitys. Monien yritysten asiakasuskollisuus ja asiakaskokemus on parantunut edellisvuoteen nähden.
- Yhteiskunnalliset muutokset ja kuluttajien vahvistunut luottamus talouteen heijastuu tuloksiin selvästi ja selittää erityisesti ostoaikomuksen vahvistumista.
- Asiakasuskollisuuden kokonaiskehitys oli positiivinen, erityisesti parantuneen ostoaikomuksen ansiosta. Kuitenkin monilla yrityksillä asiakaspysyvyyden heikkeneminen tuo edelleen haasteita.
- Suuria nousuja nähtiin tänä vuonna usealla eri toimialalla, mutta selkeimmin edukseen erottuivat sähköyhtiöt, joiden parantuneet sijoitukset ja pisteluvut selittyvät stabiloituneilla sähkön hinnoilla.



3. Vastuullisuus

VASTUULLISUUS 2025

Näin vastuullisuutta mitattiin

Vastuullisuutta mitattiin 13 kysymyksellä jotka mittaavat kolmea vastuullisuuden komponenttia. Yrityksille laskettiin indeksiluvut kolmella komponentilla. Lisäksi komponenttien avulla muodostettiin kokonaisvastuullisuus-indeksi.

Kokonaisvastuullisuus

Yhteiskuntavastuu

- Yritys pitää huolta työntekijöistään
- Yrityksen toiminta on taloudellisesti kestäväällä pohjalla
- Yritys tukee paikallisia toimijoita
- Yritys kohtelee ihmisiä yhdenvertaisesti
- Yritys kertoo hyvin siitä, miten se kantaa yhteiskuntavastuunsa
- Luotan että yritys käsittelee asiakastietojani vastuullisesti

Teot ratkaisee*

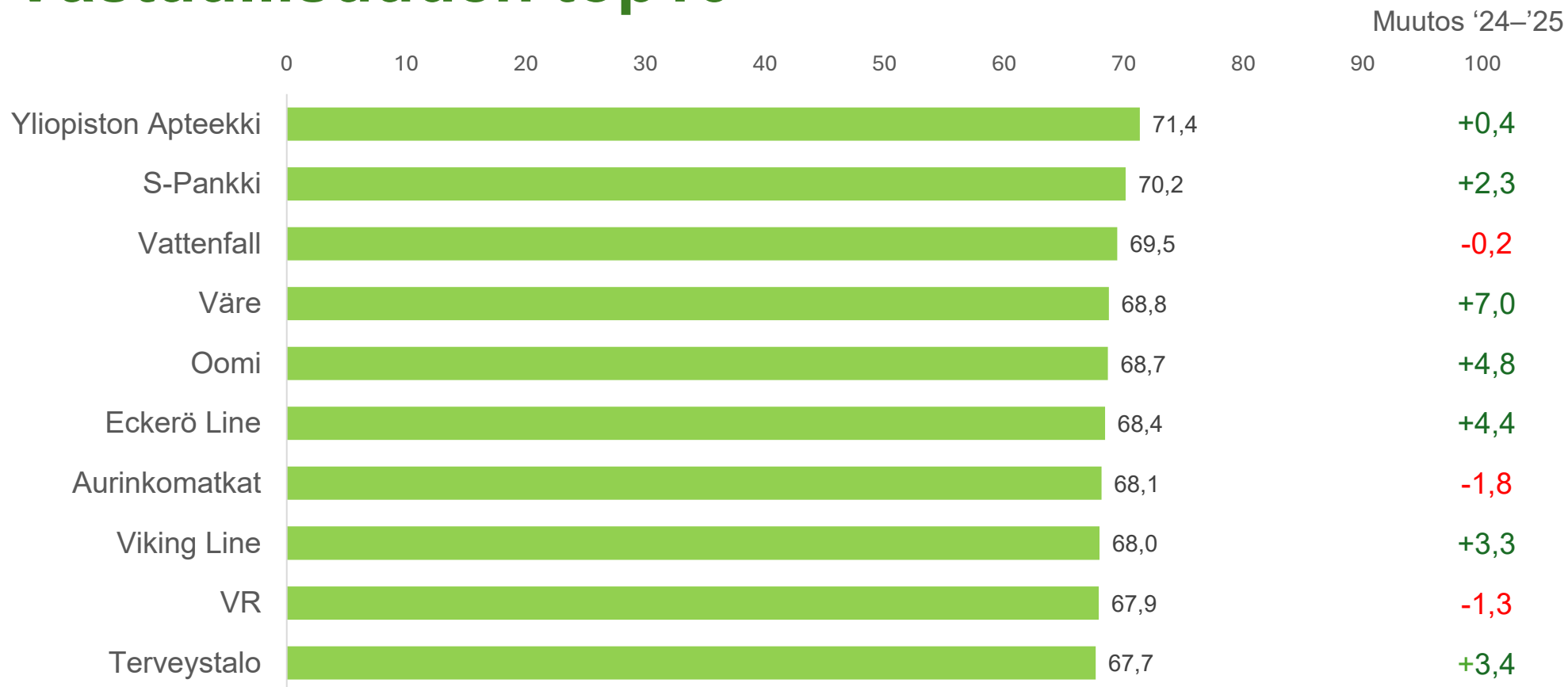
- Yritys luo omalla toiminnallaan turhaa kulutusta
- Yritys on kiinnostunut enemmän maineestaan kuin ympäristöstä
- Yritys on vastuullinen lähinnä puheissaan, ei tekemisessään
- Koen huonoa omatuntoa käyttäessäni yrityksen palveluita

* Kategorian kysymysten suunta käännetty

Ympäristövastuu

- Yrityksen tuotteita / palveluja käyttäessäni, koen että yritys pyrkii vähentämään hiilidioksidipäästöjä
- Uskon, että yritys panostaa kierrätykseen
- Mielestäni yritys kunnioittaa luontoa ja ympäristöä

Vastuullisuuden top10



Yliopiston Apteekki on vastuullisuudessa edelleen ykkönen, S-Pankki on noussut kakkossijalle. Erityisen paljon vastuullisuuttaan ovat vahvistaneet Väre, Oomi ja Eckerö Line.

Kokonaisvastuullisuus ranking 2025

Edelläkävijät

| Sijoitus | Yritys | Asiakaskokemusindeksi |
|----------|---------------------|-----------------------|
| 1. | Yliopiston Apteekki | 71,4 |
| 2. | S-Pankki | 70,2 |
| 3. | Vattenfall | 69,5 |
| 4. | Väre | 68,8 |
| 5. | Oomi | 68,7 |
| 6. | Eckerö Line | 68,4 |
| 7. | Aurinkomatkat | 68,1 |
| 8. | Viking Line | 68,0 |
| 9. | VR | 67,9 |
| 10. | Terveystalo | 67,7 |
| 11. | Fennia | 67,4 |
| 12. | Alko | 67,4 |
| 13. | Musti ja Mirri | 67,4 |
| 14. | Pihlajalinna | 67,0 |

Haastajat

| Sijoitus | Yritys | Asiakaskokemusindeksi |
|----------|------------------|-----------------------|
| 15. | OP Pankki | 66,9 |
| 16. | Pohjola Vakuutus | 66,9 |
| 17. | LähiTapiola | 66,9 |
| 18. | S-ruokakaupat | 66,8 |
| 19. | If | 66,7 |
| 20. | Motonet | 66,6 |
| 21. | Sokos | 66,1 |
| 22. | Mehiläinen | 66,0 |
| 23. | HSL | 65,9 |
| 24. | Fortum | 65,9 |
| 25. | K-ruokakaupat | 65,7 |
| 26. | DNA | 65,4 |
| 27. | IKEA | 65,1 |
| 28. | Tjäreborg | 65,1 |
| 29. | Tallink Silja | 65,0 |
| 30. | Verkkokauppa.com | 64,8 |
| 31. | Aktia | 64,8 |
| 32. | Onnibus | 64,6 |
| 33. | Helen | 64,4 |
| 34. | TUI | 64,2 |
| 35. | XXL | 64,1 |
| 36. | Power | 64,0 |
| 37. | Biltema | 63,9 |
| 38. | Säästöpankki | 63,9 |
| 39. | Tokmanni | 63,5 |
| 40. | Clas Ohlson | 63,5 |
| 41. | Finnair | 63,5 |
| 42. | Elisa/Saunalahti | 63,0 |
| 43. | Zalando | 62,5 |
| 44. | Lidl | 62,3 |
| 45. | Telia | 62,2 |
| 46. | OmaSp | 62,0 |
| 47. | Stockmann | 62,0 |

Puolustajat

| Sijoitus | Yritys | Asiakaskokemusindeksi |
|----------|-------------|-----------------------|
| 48. | Gigantti | 61,5 |
| 49. | Nordea | 60,0 |
| 50. | Danske Bank | 59,8 |
| 51. | Veikkaus | 58,8 |
| 52. | Amazon | 54,6 |

| | |
|------------------------|--|
| Matkailu | |
| Päivittäistavarakauppa | |
| Teleoperaattorit | |
| Pankit & Vakuutus | |
| Sähköyhtiöt | |
| Omnichannel | |
| Terveyspalvelut | |
| Rahapelit | |

VASTUULLISUUS 2025

Vastuullisuuden osa-alueet 2025

YHTEISKUNTAVASTUU – top10

| | |
|---------------------|------|
| Aurinkomatkat | 76,0 |
| S-Pankki | 75,0 |
| Yliopiston Apteekki | 74,6 |
| Viking Line | 73,3 |
| Terveystalo | 73,2 |
| OP Pankki | 73,2 |
| Eckerö Line | 73,1 |
| Väre | 72,9 |
| Pihlajalinna | 72,8 |
| Oomi | 72,6 |

TEOT RATKAISEE – top10

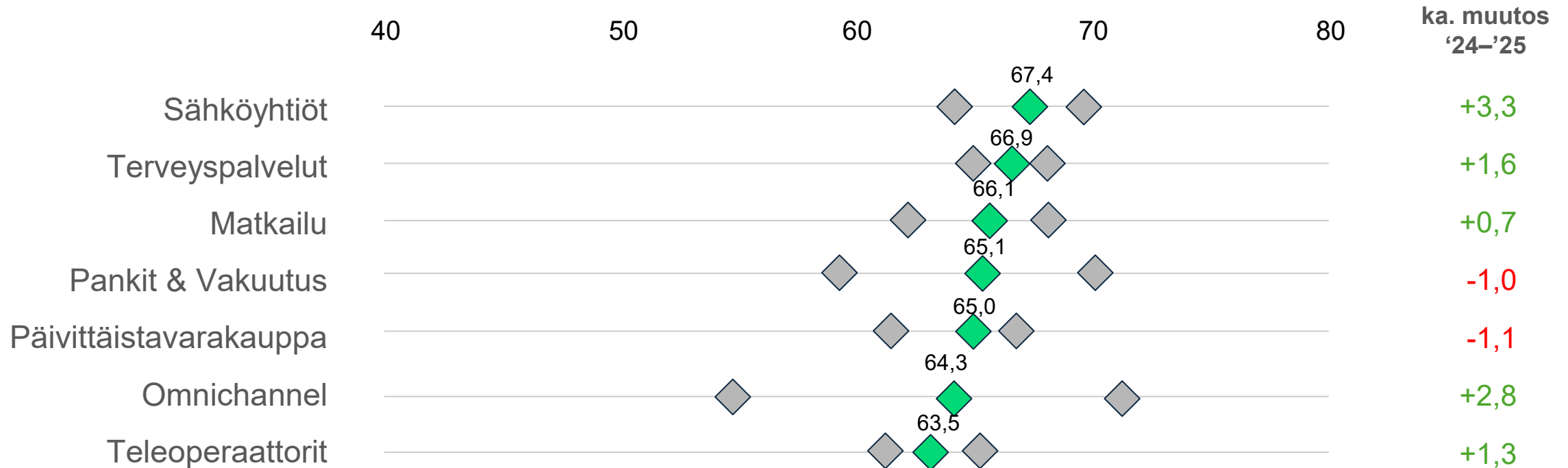
| | |
|---------------------|------|
| Yliopiston Apteekki | 69,5 |
| S-Pankki | 67,2 |
| LähiTapiola | 66,5 |
| Motonet | 65,7 |
| Fennia | 65,5 |
| Musti ja Mirri | 65,4 |
| If | 65,1 |
| Väre | 64,4 |
| Pohjola Vakuutus | 64,1 |
| DNA | 64,0 |

YMPÄRISTÖVASTUU – top10

| | |
|---------------------|------|
| Vattenfall | 75,7 |
| Aurinkomatkat | 74,2 |
| VR | 72,2 |
| Oomi | 71,9 |
| Eckerö Line | 71,7 |
| Viking Line | 70,9 |
| Yliopiston Apteekki | 70,0 |
| TUI | 69,6 |
| HSL | 69,6 |
| Tallink Silja | 69,3 |

Yhteiskuntavastuullisuuden top10-listalla on tänä vuonna matkailualan yrityksiä, terveysalan toimijoita, finanssialan yrityksiä ja sähköyhtiöitä. Vattenfall on edelleen ympäristövastuullisuudessa ykkössijalla. Ympäristövastuullisuuden listalla on vahva edustus sähköyhtiöitä ja matkailualan yrityksiä.

Sähköyhtiöt ovat parantaneet vastuullisuuttaan eniten



◆ Toimialan matalin/korkein Vastuullisuusindeksi
◆ Keskiarvo
 Kaikkien yritysten keskiarvo: 65,1 (+1,5)

Ympäristövastuuasioiden parempi viestiminen asiakkaille tuottaa tulosta

- Ympäristövastuu vahvistui keskimäärin 3,6 pisteellä. Yhteensä 36 yrityksen ympäristövastuu vahvistui enemmän kuin 2 pisteellä.
- Myös yhteiskuntavastuu voimistui edellisvuoteen nähden (+2,5 pistettä)
- Maine- ja teot-komponentti laski puolestaan 2,2 pisteellä.



VASTUULLISUUS 2025

Vastuullisuuden nousijoissa ja laskijoissa on mukana laajasti eri toimialan yrityksiä

Suurimmat nousijat

| Yritys | Nousu '24-'25 | Sijoitus '25 |
|------------------|---------------|--------------|
| Väre | +34 | 5 |
| Motonet | +29 | 14 |
| Fennia | +24 | 6 |
| Oomi | +24 | 3 |
| Clas Ohlson | +18 | 30 |
| Eckerö Line | +15 | 10 |
| Verkkokauppa.com | +15 | 31 |
| Terveystalo | +14 | 9 |
| DNA | +13 | 19 |
| Tokmanni | +13 | 38 |

Suurimmat laskijat

| Yritys | Lasku '24-'25 | Sijoitus '25 |
|---------------|---------------|--------------|
| Lidl | -25 | 49 |
| Veikkaus | -22 | 51 |
| Tallink Silja | -21 | 36 |
| Säästöpankki | -20 | 39 |
| Aurinkomatkat | -18 | 20 |
| K-ruokakaupat | -17 | 33 |
| Tjäreborg | -17 | 37 |
| HSL | -16 | 26 |
| Nordea | -14 | 48 |
| Power | -13 | 35 |

* Plus ja miinusluvut kertovat sijoituksen muutoksesta suhteessa vuoteen 2024. Listauksissa voi yritysten lähekkäisten sijoitusten vuoksi olla helposti lukumääräisesti isojakin sijoitussiirtymiä, vaikka yritysten varsinaisissa luvuissa ei olisi tapahtunut suuria muutoksia

4. Tekoälypalvelut ja AI-agentit kuluttajien ostoprosessissa

Tekoälypalvelut ja AI-agentit kuluttajien ostoprosessissa

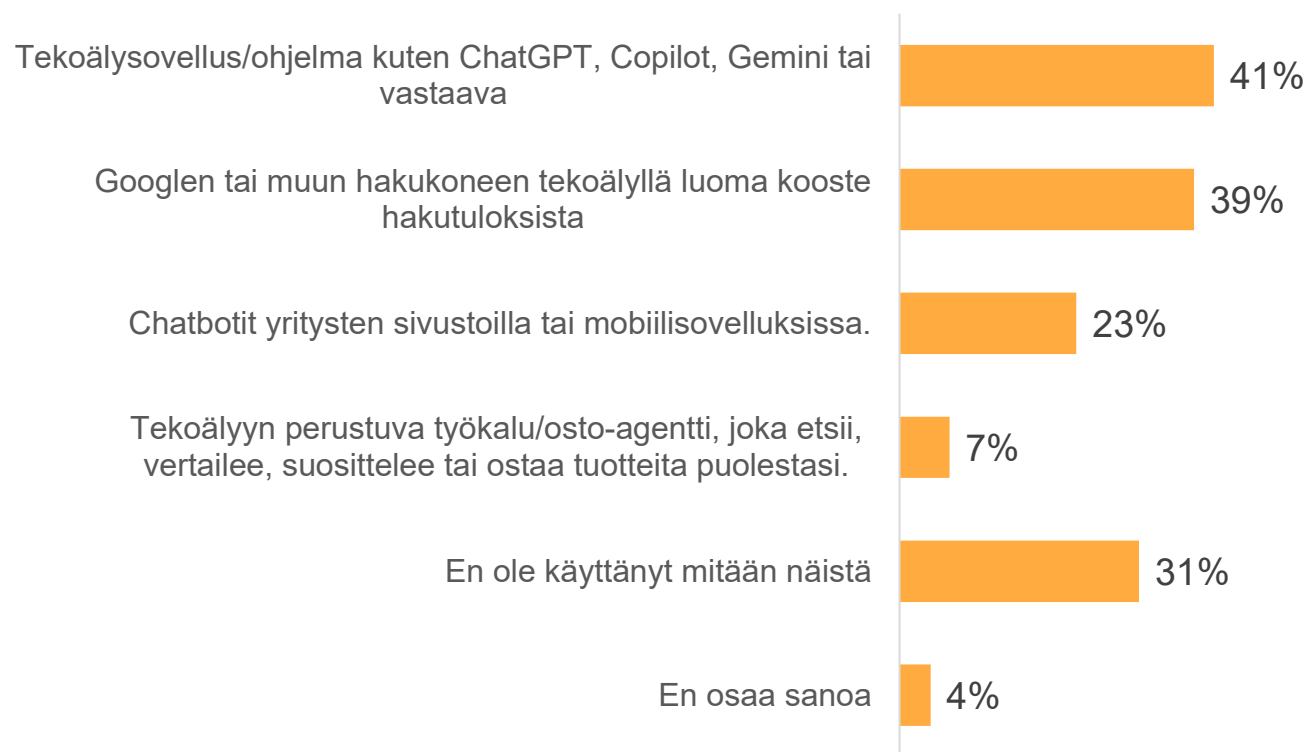
Uppouduimme tekoälypalveluiden ja AI-agenttien rooliin tuotteiden ja palveluiden hankinnassa

- Selvitimme missä määrin erilaisia tekoälyyn pohjautuvia työkaluja ja ostoagentteja tällä hetkellä käytetään tuotteiden ja palveluiden oston yhteydessä.
- Lisäksi tutkimme erilaisiin AI-ostoagentteihin suhtautumista, eli kuinka moni voisi harkita erilaisten tekoälyostoagenttien käyttöä tuotteiden vertailussa ja ostossa.



Neljä kymmenestä on käyttänyt ChatGPT:n kaltaista tekoälysovellusta tuotteiden tai palveluiden hankinnassa, ostoagentteja on käyttänyt vain 7%

Mitä seuraavista tekoälyyn pohjautuvista työkaluista tai ominaisuuksia olet käyttänyt tuotteiden tai palveluiden hankinnassa tai etsimisessä?

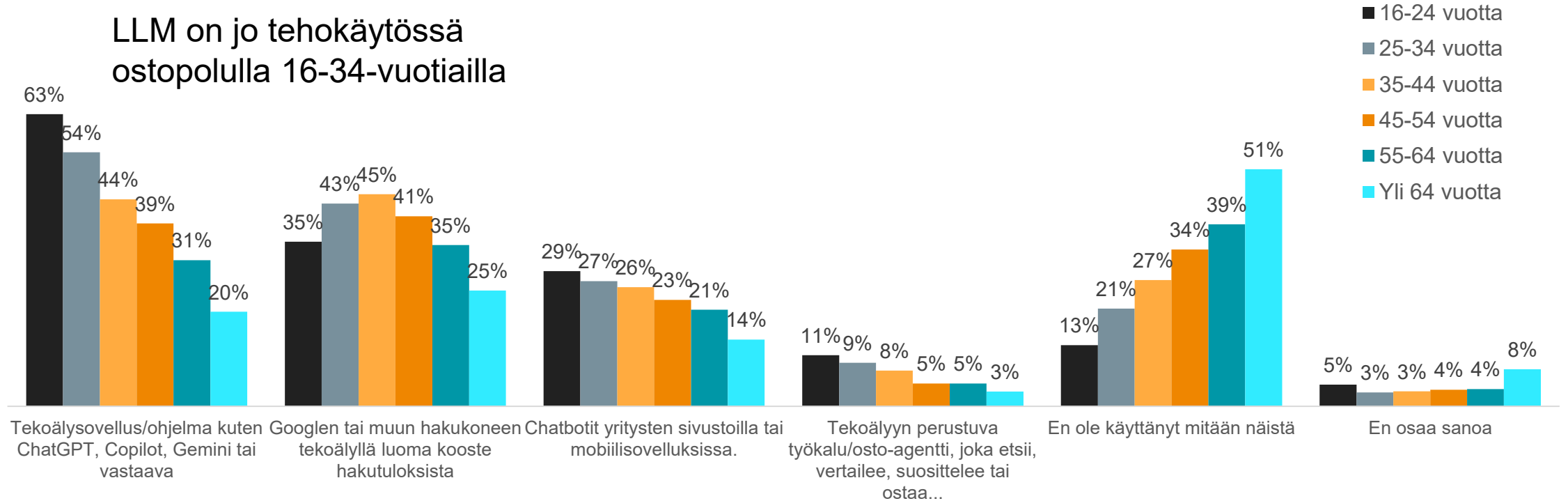


Hakukoneiden tekoälyn luomat koosteet ovat lähes yhtä suosittuja kuin tekoälysovellukset.

Vajaa kolmannes ei vielä hyödyntänyt lainkaan tekoälyä ostoprosessissa

Mitä nuorempi on, sitä todennäköisemmin on käyttänyt tekoälysovelluksia, chatbotteja ja ostoagentteja

Mitä seuraavista tekoälyyn pohjautuvista työkaluista tai ominaisuuksia olet käyttänyt tuotteiden tai palveluiden hankinnassa tai etsimisessä?



Tekoälyostoagentteja harkitaan käyttää eniten tukemaan päätöksentekoa ostokanavan ja tuotteen valintaan liittyen

Mihin seuraavista tarkoituksista voisit harkita käyttäväsi tekoäly-ostoagenttia?

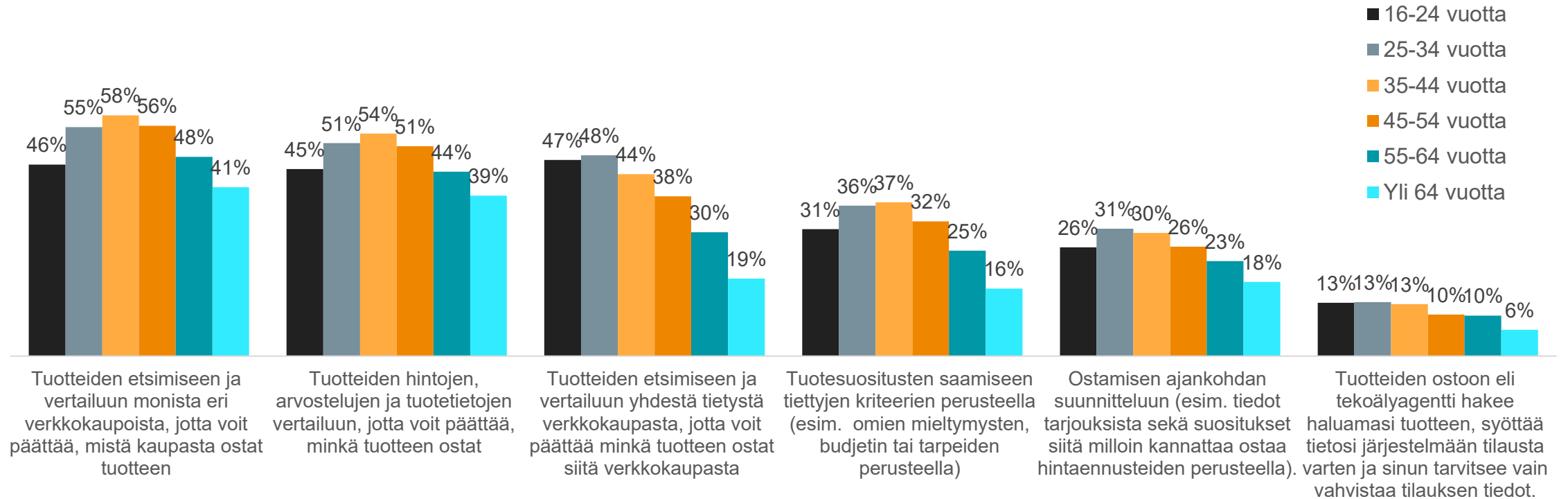


Yli puolet vastaajista harkitsee tekoälyostoagentin käyttämistä tuotteiden etsimiseen ja vertailuun, jotta voi päättää mistä kaupasta ostaa tuotteen.

Tekoälyagentin käyttöön varsinaisessa tuotteen ostossa suhtaudutaan huomattavasti varovaisemmin. Vain 11% voisi harkita tekoälyagentin hyödyntämistä tuotteen ostossa

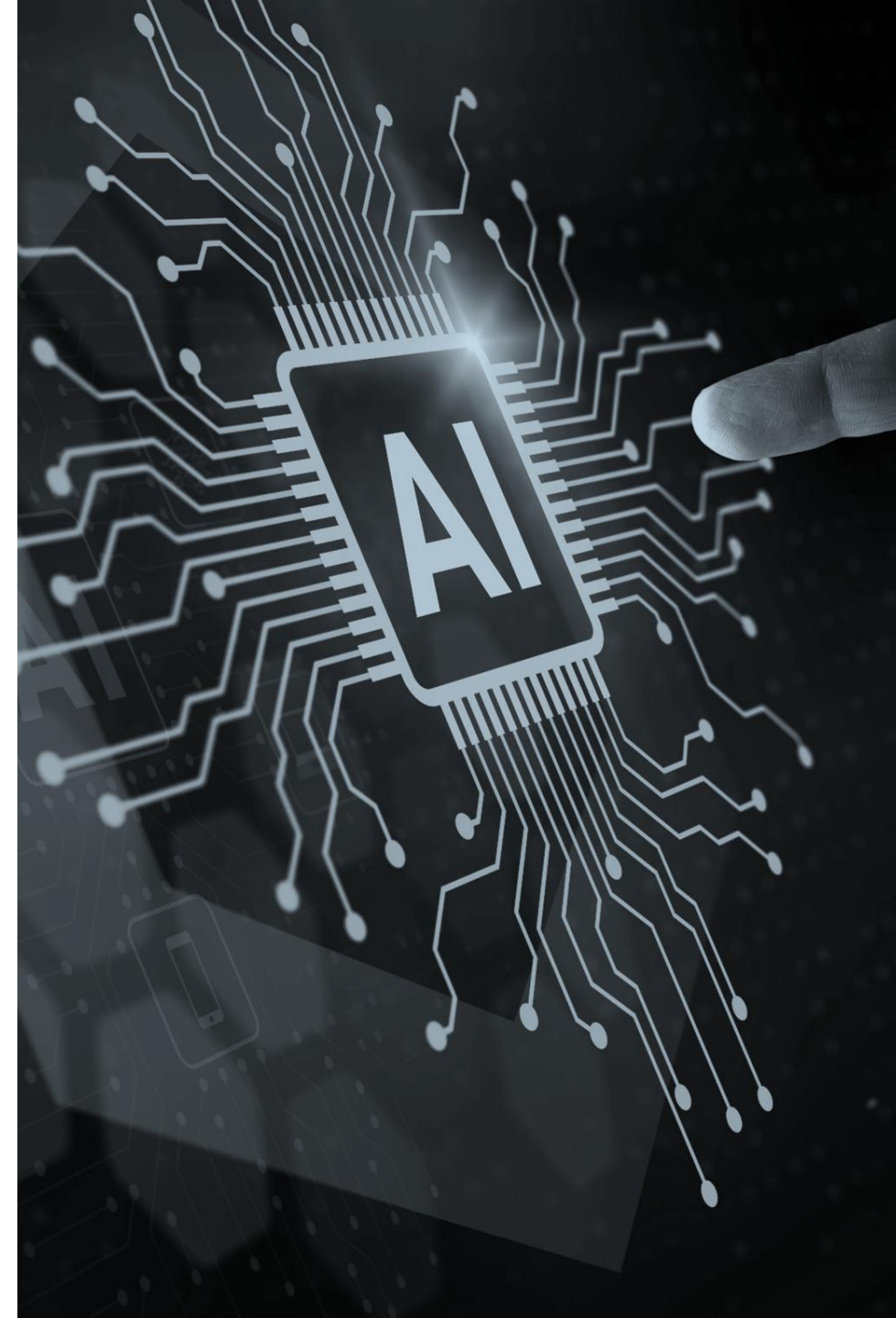
Ruuhkavuosia elävät harkitsevat vahvimmin tekoälyn hyödyntämistä

Mihin seuraavista tarkoituksista voisit harkita käyttäväsi tekoäly-ostoagenttia?



Tekoäly tekee tuloaan ostoprosessin alkuvaiheisiin.

- Tekoälyllä on jo nyt rooli tuotteisiin ja palveluihin tutustumisessa ja näiden etsimisessä. Rooli tulee kasvamaan jo lähitulevaisuudessa. Tämä edellyttää yrityksiltä panostuksia tekoälylöydettävyyden kehittämiseksi.
- Tekoälyn hyödyntäminen tuotteiden ja palveluiden ostamisessa tulee todennäköisesti kasvamaan eniten ruuhkavuosia elävien keskuudessa.
- Ostoprosessia laajasti hoitavien agenttien aika ei ole vielä nyt. Mielenkiintoista jatkossa nähdä miten halu hoitaa itse prosessin eri vaiheita ja harkintaa niissä jakautuu eri tuoteryhmissä ja palveluissa.



5. Tutkimuksesta

TUTKIMUSMETODI

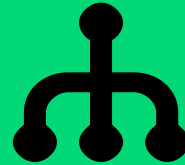
Näin tutkimus tehtiin



Asiakkuusindeksi-tutkimus on julkaistu Suomessa joka vuosi vuodesta 2009 lähtien.

Tutkimuksessa mitataan suomalaisten yritysten asiakaskokemusta ja asiakasuskollisuutta kahdeksalta eri toimialalta.

Tänä vuonna yrityksiä oli mukana 52 ja vastaajina 3930 kuluttaja-asiakasta, vähintään 120 per yritys.



Kumpikin tutkimuksen pääindeksi koostuu kolmesta alaindeksistä, joita mitataan tarkkaan määritetyillä kysymyksillä (indeksit esitetty tutkimuksen alussa).

Alaindeksien suunnittelussa on sovellettu amerikkalaista CustomerThink-tutkimusta.

Vuodesta 2022 alkaen mukana on ollut myös Vastuullisuus-indeksi jota on kehitetty suomalaisvoimin.



Vastausdata on kerätty syys-lokakuussa 2025 aikana yhteistyössä nSightin ja markkinatutkimusyritys Dynatan kanssa.

Vastaajat valitsivat nettipaneelissa yrityksiä, joiden kanssa he olivat olleet tekemisissä viimeisimmän vuoden aikana ja vastasivat näitä yrityksiä koskeviin kysymyksiin.

Vastausten perusteella saatiin vertailukelpoista dataa eri yrityksistä jonka avulla tutkimuksen pääindeksit mitattiin.

Tutkimuksen yritykset toimialoittain

Matkailu

Aurinkomatkat
Eckerö Line
Finnair
HSL
OnniBus
Tallink Silja
Tjäreborg
TUI
Viking Line
VR

Päivittäistavarakaupat

K-Ruokakaupat
Lidl
S-Ruokakaupat

Sähköyhtiöt

Fortum
Helen
Oomi
Vattenfall
Väre

Pankit & vakuutus

Aktia
Danske Bank
Fennia
If
LähiTapiola
Nordea
OP Pankki
Pohjola Vakuutus
OmaSp
Säästöpankki
S-Pankki

Teleoperaattorit

DNA
Elisa/Saunalahti
Telia

Rahapelit

Veikkaus

Omnichannel

Alko
Amazon
Biltema
Clas Ohlson
Gigantti
IKEA
Motonet
Musti ja Mirri
Power
Sokos
Stockmann
Tokmanni
Verkkokauppa.com
XXL
Yliopiston Apteekki
Zalando

Terveyspalvelut

Mehiläinen
Terveystalo
Pihlajalinna

RAPORTTI

Tilaa räätälöity yritys- ja toimialakohtainen raportti

Voit ladata ilmaisen ASIAKKUUSINDEKSI 2025 -raportin Asiakkuusindeksin ASML:n verkkosivuilta, mutta tarkempaa tietoa ja syvällisemmän analyysin saat tilaamalla toimialakohtaisen raportin. Raportti piirtää yksityiskohtaisen kuvan toimialan yritysten välisistä eroavaisuuksista, heikkouksista ja vahvuuksista. Se osoittaa mitkä asiat ovat hyvin ja missä pitäisi parantaa. Lisäksi toimialakohtainen raportti sisältää analyysin yrityksen vaihtamista ohjaavista tekijöistä ko. toimialalla.

Toimialakohtainen raportti sisältää aina myös asiantuntija-analyysin: Järjestämme online-palaverin, jossa käymme raportin sisältöä läpi. Raportin hinta on 3900€ + alv 25,5%.

Tilataksesi yritys- ja toimialakohtaisen raportin voit olla yhteydessä Susanne Vuoreen tai Seppo Roposeen. Susannen tavoittaa sähköpostitse susanne.vuori@nsight.fi tai puhelimitse 045 657 8603 ja Sepon sähköpostitse seppo.roponen@nsight.fi tai puhelimitse 040 555 0456.