

Kundeninteraktion auf allen Kanälen, Verifizierung und Betrugsprävention

Die Deutsche Telekom bietet mit Nuance Sprachbiometrie ein innovatives Kundenerlebnis

[Nuance Communications](#)

13 Dezember 2019



Die Deutsche Telekom hat rund 168 Millionen Mobilfunkkunden, 28 Millionen Festnetz- und 19 Millionen Breitbandanschlüsse. Damit zählt sie zu den weltweit führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen. Darüber hinaus gehört der Konzern beim Einsatz von Sprachtechnologie zu den Vorreitern: Als erstes deutsches Unternehmen führte die Telekom Sprachbiometrie im telefonischen Kundenservice ein. Seitdem ist es für Kunden möglich, sich beim Anruf mit ihrer Stimme zu authentifizieren. Die 10-stellige Kundennummer müssen sie sich seitdem nicht mehr merken.

Die eindeutige Zuordnung eines Anrufers zu seinem bestehenden Kundenkonto ist für Unternehmen und Kunde gleichermaßen unerlässlich. Schließlich geht es darum, dessen persönliche Daten zu schützen und Betrugsversuche wirksam zu verhindern. Aus diesem Grund müssen sich Kunden bei Vertragsangelegenheiten in den Call-Centern vieler Unternehmen mit ihrer Kundennummer, ihrem Passwort oder mit Antworten auf Sicherheitsfragen identifizieren, bevor der Call-Center-Agent auf ihr Konto zugreifen kann.

Ein einfacher Weg zur sicheren Authentifizierung

Doch der angewandte Prozess ist für die meisten Kunden äußerst umständlich: Aufgrund der Vielzahl von Verträgen, die jeder Kunde hat, ist es für diese beinahe unmöglich, sich sämtliche Authentifizierungsmerkmale für jedes dieser Unternehmen zu merken. Das hat auch die Deutsche Telekom erkannt. Sie dachte deshalb über Methoden nach, die Identifizierung am Telefon für Kunden unter Wahrung des Sicherheitsaspekts einfacher und komfortabler zu gestalten.

Die Serviceabteilung von Telekom Deutschland suchte somit nach einer Lösung, mit der ihre Kunden bequem und reibungslos mit dem Unternehmen kommunizieren können. Gleichzeitig sollte dem Kundenservice-Agenten die sichere Authentifizierung des Anrufers erleichtert werden. Die Lösung war der Einsatz der Voice Biometrie von Nuance. Mit dieser können sich die Kunden beim Anruf bei der Telekom-Hotline direkt mit ihrer Stimme authentifizieren. Die Technik beruht auf [Nuance Natural Language Understanding \(NLU\)](#). Diese bildet das Fundament für die flexible, effiziente und kundenfreundliche Selfservice-Lösung der Telekom.

Die Kunden der Deutschen Telekom können sich nun mit einer vorab gespeicherten Passphrase in der Hotline verifizieren und ihr Anliegen schnell und sicher vorbringen.

Das System ist nicht nur schneller und einfacher – es ist auch wesentlich sicherer als herkömmliche Passwörter oder ID-Nummern. Ein Hacker kann ein Passwort stehlen, aber keine Stimme.

Deutsche Telekom als Pionier bei der Nuance Sprachbiometrie

Die Deutsche Telekom ist das erste deutsche Unternehmen, das die Sprachbiometrie von Nuance zur Identifizierung und Verifizierung von Kunden am Telefon einsetzte. Dank dieser Technik werden Anrufer nun in Sekundenschnelle sicher erkannt. Innerhalb der ersten 5 Monate wurden bereits 200.000 Stimmabdrücke generiert.

Neben dem Sicherheitsaspekt weist die schnelle und nahtlose Authentifizierung von Kunden für die Deutsche Telekom weitere Vorteile auf. So wird durch den verbesserten Komfort das Serviceerlebnis und damit die Kundenzufriedenheit massiv gesteigert. Zudem bleibt den Call-Center-Agenten aufgrund der hohen Geschwindigkeit des Identifikationsprozesses mehr Zeit für die Anrufer. So wird die Qualität des Kundenservices zusätzlich optimiert. 75% der Kunden sagen, dass sie den Zugang per Stimme den üblichen Authentifizierungsmethoden wie Passwort vorziehen.

Tags: [Sprachbiometrie](#), [Spracherkennung](#), [Sprachtechnologie](#), [Biometrische Authentifizierung](#)

More Information

Die Deutsche Telekom setzt auf innovatives Kundenerlebnis mit Nuance

Lesen Sie die Case Study

[Learn more](#)