

Kundeninteraktion auf allen Kanälen, Verifizierung und Betrugsprävention

Deutsche Telekom und die Allied Irish Banks sind Vorreiter bei Stimmbiometrie

Nuance Communications

30 Juli 2019



Deutsche Telekom und Allied Irish Banks sind Vorreiter bei Stimmbiometrie und ermöglichen so ihren Kunden eine mühelose Interaktion

Die Eingabe von PINs und Passwörtern ist eine wesentliche Hürde für Kunden. Stimmbiometrie verspricht eine sofortige und nahtlose Authentifizierung – doch wie gut funktioniert sie wirklich? Zwei führende Unternehmen stellten ihre Erfahrungen beim Nuance Customer eXperience Summit (CXS) in London vor.

Um das Kundenerlebnis zu verbessern, muss jede Interaktion reibungslos verlaufen. Je einfacher der Kunde mit dem Unternehmen interagieren kann, desto eher wird er auch langfristig als Kunde erhalten bleiben.

Wie ärgerlich ist es mit dem Anruf bei einer IVR (Sprachdialogsystem) zu landen, und dann die Kontonummer vorlesen oder eingeben zu müssen? Das ist zeitaufwändig und unpraktisch.

Aus diesem Grund sind viele Organisationen interessiert an Stimmbiometrie für die Kundenauthentifizierung. Wenn der Kunde eine Stimmprobe hinterlegt, kann das IVR-System ihn bei allen weiteren Anrufen erkennen und direkt authentifizieren, ohne weitere Details abzufragen.

Allied British Banks und die Deutsche Telekom berichten von ihren Erfahrungen mit der Stimmbiometrie

Das Interesse an Stimmbiometrie war unter den Teilnehmern des CXS groß. Sie erfuhren wie die Allied Irish Banks und Deutsche Telekom bei der Stimmenauthentifizierung für ihre Kunden Pionierarbeit leisteten und welche Ergebnisse erlangt wurden.

Ein Überblick der Empfehlungen und Antworten auf zahlreiche Fragen aus dem Publikum:

Wie werden Kunden bei dieser Initiative angemeldet?

Die beiden Unternehmen nutzen bei der Anmeldung unterschiedliche Herangehensweisen. Bei der Deutschen Telekom führt ein automatisiertes Verfahren den Kunden durch den Prozess. Bei der Aufnahme seines Stimmabdrucks wiederholt der Kunde dabei einen Satz dreimal.

„Es ist deutlich kostengünstiger als 16.000 Kundencenter-Mitarbeiter darauf zu schulen“, sagt Caroline Clemens, Senior User Interface Designer bei der Deutschen Telekom. „Unsere Hotline bekommt tatsächlich viele Anrufe direkt, womit wir nicht gerechnet haben. Es zeigt sich, dass Menschen gerne ihren Stimmabdruck abgeben!“

Im Gegensatz dazu stellen Mitarbeiter der Allied Irish Banks den Kunden die Aufnahme ihres Stimmabdrucks vor. Sie führen sie dann durch den Prozess, bei dem der Anrufer einen Satz dreimal wiederholen muss.

„Da uns viele Kunden anrufen, nutzen wir die Gelegenheit, um die Authentifizierung durchzuführen, während wir mit ihnen sprechen“, sagt Liz Harmon, Digital Development Manager bei AIB.

„AIB hat 800 Mitarbeiter, die während der gesamten Implementierung der Stimmbiometrie stark involviert waren. Daher ging deren Schulung leicht vonstatten“, erklärte Liz Harmon weiter. Mitarbeiter wurden beim Design der CRM-Masken um Input gebeten, sie nahmen an Trainingsworkshops zum Eintragungsprozess teil, um z.B. sicherstellen zu können, dass der Kunde an einem ruhigen Ort ist. Und jedes Team hat einen Stimmbiometrie-Champion, der dafür zuständig ist, dass die Aufnahme reibungslos verläuft.

Ist Stimmauthentifizierung sicher?

Fragen zu Betrug und Sicherheit durchzogen alle Gespräche bezüglich Stimmbiometrie- und das Kunden-Panel war dabei keine Ausnahme.

Was, wenn

- ein Betrüger seine Stimme einträgt, bevor der tatsächliche Kontoinhaber dies machen kann?
- ein Familienmitglied (oder sogar ein „böser Zwilling“) mit einer ähnlichen Stimme das System hintergeht?
- man die Stimme des Kontoinhabers aufnimmt und dem IVR-System vorspielt?

„Man muss seine Kontonummer wissen, um den Stimmabdruck einzutragen“, stellte Caroline Clemens von der Deutschen Telekom klar. „Sobald ein Stimmabdruck eingetragen wurde, schicken wir dem Kunden ein SMS, damit er bestätigen kann, dass er diese Eintragung vorgenommen hat.“

Brett Beranek, VP und General Manager für Lösungen zur Sicherheit und Biometrie bei Nuance, sprach über den Zusammenhang zwischen Stimmbiometrie und Betrug. Moderne, KI-basierte Stimmbiometrie könne mehr als 1.000 individuelle Charakteristika der Stimme einer Person wiedererkennen, erklärte er. Das bedeutet, dass jede Stimme einen einzigartigen Abdruck hat. Aus diesem Grund sei es sehr schwierig, AI-basierte Systeme wie die von Nuance mit einer ähnlichen Stimme oder einer Aufnahme zu hintergehen.

Stimmbiometrie sollte immer in Kombination mit anderen Technologien verwendet werden, um Missbrauch zu vermeiden, fügte er hinzu. Sprache, Vokabular, Satzstruktur, Grammatik und weitere Charakteristika sind auf einem individuellen Level einzigartig. ConversationPrint™ von Nuance, vergleicht diese Muster mit denen von bekannten Betrügern. Somit können betrügerische Anrufe erkannt werden, selbst wenn die Anfrage von einem unbekannten Betrüger kommt.

Liz Harmon von AIB erklärte, dass die Bank die Security Suite von Nuance einsetzt, um die Stimmabdrücke von bekannten Betrügern aufzuzeichnen. „Sie hilft, Betrug in der gesamten Bank zu bekämpfen, denn Betrüger beginnen oft am Telefon, bevor sie es über andere Kanäle versuchen. So können wir Betrug schon relativ früh aufdecken, und nicht erst dann, wenn schon ein Verlust entstanden ist.“

Erhöht Stimmauthentifizierung das Volumen eingehender Anrufe?

Manche Personen aus dem Publikum fragten, ob eine einfachere Authentifizierung das Anrufer-Volumen im Kontaktzentrum erhöhen würde.

„Das messen wir nicht speziell“, antwortete Caroline Clemens. „Aber man kann mit Sicherheit sagen, dass niemand seinen Telekom-Anbieter nur deshalb anruft, weil es einfach ist!“

Bei Allied Irish Banks habe der Anmeldungsprozess zu einem vorübergehenden Anstieg der durchschnittlichen Bearbeitungszeit geführt, berichtete Liz Harmon. „Diese steigt, solange wir Personen eintragen, aber wird wieder abnehmen, wenn die Stimmen vieler Personen erfasst sind. Es ist eine Investition, die wir jetzt machen, und die sich in der Zukunft bezahlt machen wird.“

Fazit: Stimmbiometrie verbessert die Kundenzufriedenheit – und hat zudem viele weitere Vorteile

Die Anforderungen an den Kunden werden reduziert und dadurch das Kundenerlebnis verbessert – somit bringt Stimmbiometrie Vorteile für beide Unternehmen.

„Seit dem Start 2018 haben wir bereits 260.000 Stimmabdrücke erfasst“, sagt Caroline Clemens. „Unsere Kunden sind begeistert, weil es einfach ist und keine mentale Anstrengung erfordert. Und unsere Mitarbeiter mögen es, weil sie sich direkt mit der Lösung von Kundenanfragen beschäftigen können.“

Für die Deutsche Telekom hat es sich auch in Hinblick auf die Markenwahrnehmung bezahlt gemacht. „Wir waren die erste Telekommunikationsgesellschaft in Deutschland, die das auf den Markt gebracht hat. Das hat unseren Ruf in Sachen Innovation stark verbessert,“ erklärte Caroline Clemens.

Bei der Allied Irish Banks sieht Liz Harmons weiteres Potential über die Verbesserung des Kundenerlebnisses hinaus. „Der Regulierungsrahmen verändert sich in Irland mit aufkommenden Initiativen wie PSD2 und Open Banking. Beide legen den Schwerpunkt auf starke Kundenauthentifizierung; Stimmbiometrie hilft uns, in diesem Bereich schnell vorwärts zu kommen.“

Erfahren Sie mehr über Stimmbiometrie mit Nuance

Die Deutsche Telekom und Allied British Banks nutzen KI-betriebene Stimmbiometrie-Technologien von Nuance, um Stimmabdrücke aufzuzeichnen und Anrufer zu authentifizieren. [Erfahren Sie mehr über die Nuance Security Suite](#).

Tags: [Stimmbiometrie](#), [Biometrische Authentifizierung](#), [Referenzen](#)

More Information

Deutsche Telekom bietet seinen Kunden ein beeindruckendes Kundenerlebnis mit Sprachbiometrie

Lesen Sie die Case Study

[Learn more](#)