

Banking mit Conversational AI

Fünf Wege, wie KI das Wachstum fördern kann

Inhalt

- 3 Kunden erwarten Gespräche
- 4 Fünf Wege, wie KI das Wachstum fördern kann
- 7 Bewährte Verfahren für die Umsetzung einer KI-Strategie
- 8 Sofort starten

Jüngste Untersuchungen zeigen, dass über die Hälfte der Haushalte (52 %) einen sprachgesteuerten virtuellen Assistenten besitzen und diesen zur Erledigung grundlegender alltäglicher Aufgaben nutzen.¹ Da diese Tools im Alltag der Menschen immer mehr an Bedeutung gewinnen, werden Sprachschnittstellen, die durch künstliche Intelligenz unterstützt werden, für viele Kunden zur bevorzugten Interaktionsart mit Unternehmen – einschließlich Finanzinstituten.

Kund*innen erwarten Gespräche

Um diese Kunden anzusprechen, müssen die Finanzinstitute über die traditionellen IVR-Systeme hinausgehen. Sie müssen für jeden Kunden über alle Kanäle hinweg ein einheitliches, nahtloses und personalisiertes Gesprächserlebnis bieten – sowohl über digitale Kanäle wie Messaging und Chat als auch über Sprachkanäle.

Dieser Schritt ist entscheidend, um auf dem Markt einen Wettbewerbsvorsprung zu erhalten und zu behalten. Die Finanzinstitute stehen vor der doppelten Herausforderung, dass die Erwartungen der Kunden an die Digitalisierung steigen und die Konkurrenz durch rein digitale Anbieter und innovative Finanztechnologieunternehmen (Fintechs) zunimmt.

Die Pandemie verschärft die Lage

Die Coronapandemie hat die Lage weiter verschärft, weil immer mehr Verbraucher digitale Lösungen nutzen. Durch Filialschließungen und Einschränkungen haben die Verbraucher bereits neue digitale Gewohnheiten entwickelt, die noch lange nach der Eindämmung des Virus fortbestehen werden. Über die Hälfte der Verbraucher, die Finanzdienstleistungen in Anspruch nehmen, geben an, dass sie seit Beginn der Pandemie verstärkt digitale Banking-Apps nutzen. Knapp 9 von 10 haben vor, diese gesteigerte Nutzung auch nach Ende der Pandemie beizubehalten.²

Um angesichts der sich ändernden Verbrauchergewohnheiten und -erwartungen attraktiv für Kunden und wettbewerbsfähig zu bleiben, investieren multinationale Finanzinstitute Milliarden in ihre eigenen Conversational-AI-Infrastrukturen. Kleinere Unternehmen können mit den hochmodernen KI-Tools von Customer Engagement Technologie-Anbietern auf lokaler und regionaler Ebene mit multinationalen Unternehmen mithalten.

Conversational AI kann problemlos auf bestehenden IVR-Plattformen eingesetzt werden, indem vorhandene Verbraucherdaten genutzt werden. Diese Lösungen heben den Kundenservice auf eine neue Ebene und entlasten die Mitarbeitenden von Routineaufgaben, steigern die Produktivität und senken die Kosten für die Contact Center. Conversational AI ergänzt menschliche Mitarbeitende des Kundendienstes, indem sie Daten schnell analysiert, Trends erkennt und voraussieht, was die Kunden in Zukunft wünschen werden – damit ist Ihr Unternehmen der Marktentwicklung und der Konkurrenz immer einen Schritt voraus.

Fünf Wege, wie KI das Wachstum fördern kann

1: Individuelles Finanzmanagement

Online-Banken und Apps für persönliches Finanzmanagement haben schon Millionen von Nutzern (und Milliarden von Euro) angezogen, indem sie KI einsetzen, um Menschen bei der Verwaltung ihres Geldes zu helfen.

Laut Business Insider „streben Verbraucher nach finanzieller Unabhängigkeit. Die Möglichkeit, die eigenen Finanzen zu verwalten, ist die treibende Kraft hinter der Einführung von KI im Bereich des individuellen Finanzmanagements. Ob es darum geht, rund um die Uhr Finanzberatung über Chatbots mit natürlicher Sprachverarbeitungsfunktion zur Verfügung zu stellen oder personalisierte Einblicke in Vermögensverwaltungslösungen zu bieten – KI ist eine unabdingbare Voraussetzung für jedes Finanzinstitut, das in der Branche zu den Spitzenreitern gehören will.“³

KI ist eine unabdingbare Voraussetzung für jedes Finanzinstitut, das in der Branche zu den Spitzenreitern gehören will“.

— Alicia Phaneuf, Business Insider

2: Personalisierte Angebote

Einzelhändler nutzen KI, um die Ausgaben ihrer Kunden zu analysieren und dadurch vorhersagen zu können, welche Angebote die größten Erfolgchancen haben könnten. Verbraucher erwarten zunehmend, dass die Unternehmen all ihre verfügbaren Daten nutzen, um ihnen proaktiv bei der Entscheidungsfindung zu helfen – nicht nur beim Einkaufen. Finanzinstitute können ihre umfassenden Kundenkenntnisse für Cross-Selling und Upselling von Produkten und Dienstleistungen nutzen.

Denken Sie an die riesigen Datenmengen, die Finanzinstitute aus Millionen von Kundeninteraktionen auf verschiedenen Geräten generieren. KI kann all diese Daten integrieren und analysieren, um eine

Die **Standard Chartered Bank** konnte beispielsweise maßgeschneiderte Produktempfehlungen für ihre Kunden entwickeln. Hierfür wurden Machine-Learning-Algorithmen und Natural Language Processing genutzt, um den bei Gesprächen generierten Text zu analysieren.

360-Grad-Sicht auf jeden Kunden zu erstellen, mit der die Bank die Bedürfnisse jedes Kunden antizipieren und ein personalisiertes Angebot auf Grundlage des individuellen Verhaltens erstellen kann.

3: Customer Service

Die Kunden erwarten einen bequemen Service. Ob sie sich morgens mit ihrem Laptop, nachmittags mit ihrem Mobilgerät oder abends über Alexa einloggen – sie erwarten eine einheitliche Interaktion mit ihrem Finanzinstitut auf allen Plattformen. Tatsächlich sind Finanzdienstleister Vorreiter bei der Einführung von Sprachanwendungen auf Plattformen von Drittanbietern, wie Alexa, Cortana und Google Home.

Globale Unternehmen wie Monzo⁴ in Großbritannien, Capital One in den USA sowie WestPac und National Bank in Australien ermöglichen es ihren Kunden, mit einem einzigen Sprachbefehl in Alexa ihren Kontostand zu überprüfen, ihre Ausgaben zu kontrollieren und ihre Rechnungen zu bezahlen.

Mit der passenden KI-Plattform können außerdem institutionelle Silos vermieden und ein nahtloser Kundensupport über alle Kanäle hinweg rund um die Uhr ermöglicht werden. So beantwortet die intelligente virtuelle Assistentin „Nina“, die Nuance für die Swedbank bereitgestellt hat, Kundenfragen auf einer Online-Chat-Plattform. Bei komplexeren Fragen kann Nina die Anrufe an menschliche Mitarbeitende weiterleiten.

2
MILLIONEN

Interaktionen werden pro Jahr von der VA der Swedbank durchgeführt

In einem durchschnittlichen Monat bearbeitet die VA über 30.000 Gespräche und hilft der Swedbank dabei, 2 Millionen ihrer 3,6 Millionen jährlichen Anrufe auf vollständig automatisierte Weise zu bearbeiten. Der Service beweist sich auch für die Kunden als wertvoll – die Kombination aus virtuellem Assistenten und der Live-Chat-Plattform hat eine Zufriedenheitsquote von 85 %.



Der digitale In-App-Agent des Versicherungsunternehmens USAA nutzt eine dialogorientierte Oberfläche, um Fragen zu beantworten und Kunden relevante Inhalte oder Funktionen bereitzustellen. Der automatische Assistent von USAA hilft Kunden dabei, die Peer-to-Peer (P2P)-Funktion der App zu finden oder schnell alle ihre letzten Transaktionen einzusehen.

Mit den heutigen fortschrittlichen KI-Plattformen können Finanzinstitute personalisierte, proaktive Unterstützung durch den VA anbieten, indem sie Verlaufs- und Echtzeit-Kundendaten nutzen, um die Nutzer zu erkennen und ihre wahrscheinlichen Bedürfnisse zu antizipieren. Wenn Jenny beispielsweise ihre Kreditkartenrechnung immer am selben Tag im Monat bezahlt, kann der VA, wenn sie an diesem Tag das IVR anruft oder sich beim Online-Banking anmeldet, Jenny wie folgt begrüßen: „Hallo Jenny, möchten Sie heute Ihre Kreditkartenrechnung bezahlen?“

Swedbank und Virtual Assistance

Die Swedbank, eines der größten Finanzinstitute Europas und ein führender Innovator im Bereich Customer Experience, hat in ihrer App und auf ihrer Website einen automatisierten virtuellen Assistenten eingesetzt, der die Fragen der Kunden beantwortet und dabei ein menschliches Gespräch simuliert.

8
VON
10

Fragen werden vom VA der Swedbank erfolgreich beantwortet

4: Anlageberatung

Discount-Broker und Online-Anlageverwalter nutzen KI bereits seit Jahren, um Anlageportfolios zu einem Bruchteil der Kosten von menschlichen Portfoliomanagern zu verwalten. Tatsächlich nutzen z.B. mehr als 420.000 Erwachsene in Großbritannien Robo-Advisors für die Verwaltung ihres Vermögens,

wobei die Zahl der Nutzer bis 2025 voraussichtlich auf 500.000 ansteigen soll.⁵ Aus einer Studie von Forbes Insights geht hervor, dass ein beträchtlicher Anteil (82 Prozent) der vermögenden Anleger daran interessiert ist, KI für die Vermögensverwaltung zu nutzen. Zwei Drittel der Befragten (67 Prozent) wollen, dass ihr Vermögensverwalter KI-Optionen sofort einführt.⁶

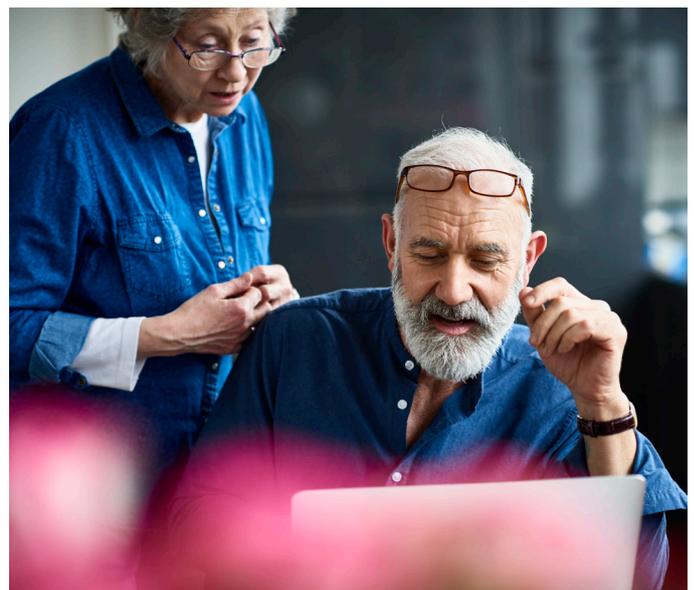
Als Reaktion auf diese wachsende Nachfrage hat Barclays seine eigene KI-gesteuerte Robo-Advisory-Plattform eingeführt. Unter dem Namen „Barclays Plan & Invest“ ist die Bank über Web und App verfügbar und bietet ihren Kunden aktive und passive Fonds über ein verwaltetes Portfolio und einen personalisierten

Ergebnisse der Studie von Forbes Insights:

82 % der vermögenden Anleger sind an der Nutzung von KI bei der Verwaltung ihres Vermögens interessiert

67 % der Befragten wollen, dass ihre Vermögensverwalter KI-Optionen einführen

Anlageplan an.⁷



5: Authentifizierung und Betrugserkennung

Die Zeiten, in denen Finanzgeschäfte in den meisten Fällen persönlich abgewickelt wurden, sind vorbei. Die Coronapandemie hat einen langjährigen Trend beschleunigt: Nach Schätzungen von McKinsey könnte der Anteil der in der Filiale abgewickelten grundlegenden Bankgeschäfte auf nur noch 5 Prozent sinken.⁸ Da die Verbraucher auf digitale Kanäle ausweichen oder dazu gezwungen werden, stellt ihre wachsende Nachfrage nach digitalem Zugang zu Finanzdienstleistungen ein erhebliches Sicherheitsrisiko für Finanzinstitute dar.

Um diese Risiken zu mindern und die Compliance zu verbessern, setzen führende Finanzinstitute auf KI. Die neuesten Algorithmen der Stimmbiometrie können Kunden in Sekundenschnelle authentifizieren, und zwar während sie ein normales Gespräch mit einem Mitarbeitenden führen, während sie durch ein IVR navigieren oder wenn sie eine einfache Passphrase wiederholen.

So hat Barclays beispielsweise die Stimmbiometrie von Nuance eingeführt, um Anrufer zu authentifizieren, ohne den Gesprächsfluss zu unterbrechen. In den ersten Sekunden eines Anrufs mit einem Mitarbeitenden prüft Nuance Voice Biometrics die Stimme des Kunden anhand eines Stimmprofils, das zuvor bei Barclays registriert wurde.

Nach der Verifizierung lädt das Barclays-CRM-System sofort die Kontoverwaltungsinformationen des Kunden. Barclays meldete seit der Einführung der biometrischen Stimmerkennung einen 90-prozentigen Rückgang der Beschwerden über seinen Sicherheitsdienst.

Ein anderes großes Finanzinstitut ließ von Nuance die passive biometrische Stimmauthentifizierung in seine IVR implementieren, um so Anrufer schneller und sicherer zu verifizieren als mit PINs, Passwörtern und Passphrasen. Jetzt weiß das Institut genau, wer anruft und worum es geht, noch bevor der Anrufer zu einem Mitarbeitenden durchgestellt wird. Mit mehr als 6,5 Millionen registrierten Kunden und einer Erfolgsquote von 77 Prozent bei der Authentifizierung im IVR erhalten die Kunden einen schnelleren Service und die durchschnittliche Bearbeitungszeit für Anrufe ist auf nur 22 Sekunden gesunken.

Zahlreiche Finanzinstitute setzen auch verhaltensbiometrische Daten in ihren Web- und Mobilanwendungen ein, um ihre Kunden mittels Erkennung verdächtiger Aktivitäten zu schützen. Die Verhaltensbiometrie sorgt für diesen Schutz, indem sie die Interaktion der Person mit ihrem Gerät analysiert,

z. B. wie schnell sie tippt, wie lange sie Tasten drückt, welche Pausen sie macht, wie sie die Maus benutzt oder welche Wischbewegungen sie ausführt.

Die größten Vorteile ergeben sich jedoch aus der Kombination von Technologien. Durch den Einsatz von Stimm- und Verhaltensbiometrie in Verbindung mit anderen Betrugserkennungsmethoden können Finanzinstitute ihre Kunden nahtlos authentifizieren, wenn sie zwischen den verschiedenen Kanälen wechseln. Gleichzeitig machen sie Betrügern das Leben schwer und unterbinden neue Betrugstaktiken wie synthetische Sprache und Playback-Angriffe.

NatWest Group und Biometrie

Die NatWest Group setzt Nuance Voice Biometrie ein, um Betrugsversuche in ihrem Callcenter schnell zu erkennen und kriminelle Aktivitäten über alle Kundenkontaktkanäle zu unterbinden.

Mit der Nuance-Lösung kann die Bank einen ganzheitlichen Ansatz zur Betrugserkennung und -prävention anwenden. Durch die Kombination der biometrischen Sprachdaten von Nuance mit Informationen aus anderen Tools zur Erkennung krimineller Aktivitäten hat NatWest herausgefunden, dass Betrüger im Sprachkanal auch viele Betrugsfälle über digitale Kanäle begehen. Mit diesem Wissen ist die Bank in der Lage, organisierte Kriminalität zu erkennen und zu unterbinden, um ihre Kunden zu schützen und die Strafverfolgung zu unterstützen.

„Obwohl diese Initiative nicht nur auf die Verringerung von Verlusten abzielt, gingen wir von erheblichen Einsparungen aus, und wir haben bereits das Anderthalbfache dieser Erwartungen erreicht“, sagt Jason Costain, Head of Fraud Strategy and Relationship Management bei NatWest Group.

“Der ROI des Tools liegt wahrscheinlich bei über 300 %, was für die Amortisation einer Technologieeinführung sehr beeindruckend ist.”

— Jason Costain, Head of Fraud Strategy and Relationship Management bei NatWest Group

Bewährte Verfahren für die Umsetzung einer KI-Strategie

Einmal entwerfen, pro Kanal definieren, überall einsetzen

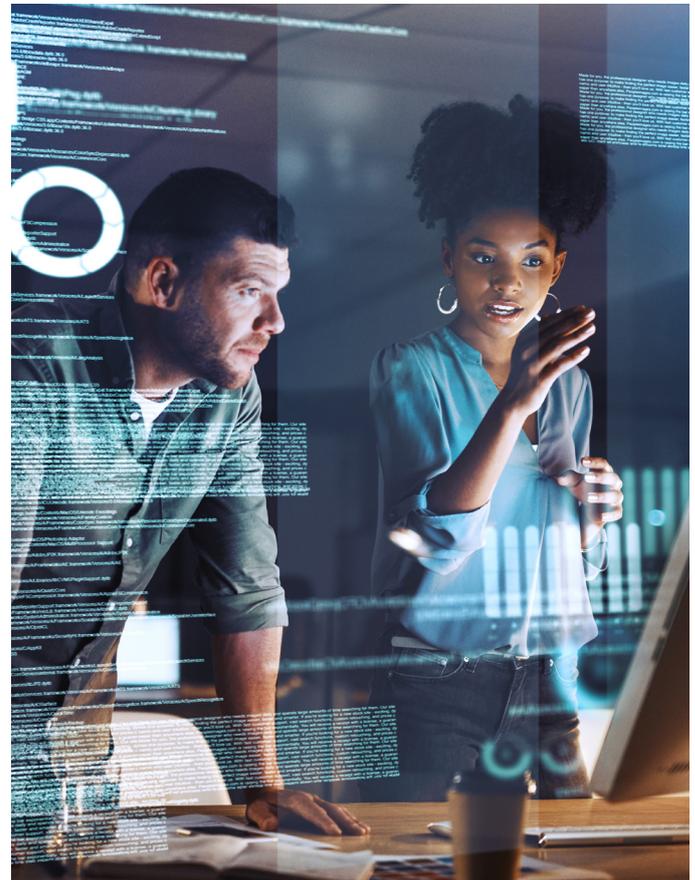
- **Einheitliches und dennoch kanalgerechtes Erlebnis** – es kann nicht einfach auf jedem Kanal das gleiche Erlebnis bereitgestellt werden, da alle Kanäle unterschiedliche Fähigkeiten haben. Ihr System muss also ein einheitliches und dennoch kanalgerechtes Erlebnis für alle Arten der Kundeninteraktion bieten, einschließlich Website, mobile Apps und Telefon.
- **Anwendung programmieren und kanalübergreifend bereitstellen** – wählen Sie eine Plattform, mit der Sie eine Conversational-AI-Anwendung nur einmal programmieren und dann einfach auf die verschiedenen Kanäle anpassen können, anstatt das gesamte Design für jeden einzelnen Kanal überarbeiten zu müssen.

Gleichbleibender Kontext für die gesamte Customer Journey

- **Ganzheitlicher Überblick** – sorgen Sie für einen ganzheitlichen Überblick über ihre Kundeninformationen, -bedürfnisse und -vorlieben auf Grundlage früherer Interaktionen, um die Kundenerwartungen bezüglich Komfort und Einheitlichkeit zu erfüllen.
- **Umfassende und flexible Sicherheitsplattform** – nutzen Sie flexible Authentifizierungsfaktoren wie z. B. Stimmbiometrie, damit sich Kunden einmal authentifizieren und dann nahtlos zwischen den Kanälen wechseln können, ohne sich erneut authentifizieren zu müssen. Setzen Sie auf eine biometrische Sicherheitsplattform, die Sprach-, Verhaltens- und Konversationsmodalitäten mit Umgebungserkennung und Anti-Spoofing-Funktionen kombiniert, um Ihre eigenen Kosten zu senken und eine integrierte, kanalübergreifende Lösung anzubieten.

Optimieren Sie die Customer Journey mit Berichten und Analysen

- **Nicht nur beibehalten, sondern verbessern!** – Nutzen Sie prädiktive Analysen und maschinelles Lernen, um die Omnichannel-Leistung zu messen und Geschäftsziele zu erreichen.
- **Erfüllen Sie die sich ständig ändernden Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden** – entwickeln Sie Ihr KI-basiertes Kundenbindungsprogramm weiter, um die sich ständig ändernden Erwartungen der Kunden zu erfüllen und proaktiv auf ihre Anliegen einzugehen: So sparen Sie ihnen Zeit und verbessern ihre Erfahrungen.



Starten Sie direkt mit Conversational AI

In einer Welt, in der das Kundenerlebnis die größte Quelle für Wettbewerbsvorteile ist, wird KI für Finanzdienstleister schnell zu einem geschäftlichen Muss – denn KI liefert bessere Erlebnisse, erhöht Kundenzufriedenheit und -treue, senkt die Kosten und fördert das Wachstum.

Nuance unterstützt Großbanken und Finanzinstitute auf der ganzen Welt dabei, die Vorteile von Conversational AI für sich zu nutzen. Gemeinsam revolutionieren wir das Kundenerlebnis, indem wir es Kund*innen ermöglichen, wann, wo und wie sie wollen zu interagieren: über jeden Kanal, auf jedem Gerät, zu jeder Zeit.

ERFAHREN SIE MEHR

Möchten Sie Ihren Kund*innen bessere Erlebnisse und einfache, angenehmere geschäftliche Interaktionen bieten – und gleichzeitig Ihre Servicekosten senken? Wenden Sie sich an unsere Spezialisten für Conversational AI unter CXexperts@nuance.com.

1 <https://www.digitaleurope.com/2021/06/08/voice-assistants-in-more-than-half-of-uk-homes/>

2 <https://www.bai.org/research/bai-banking-outlook/>

3 <https://www.businessinsider.com/ai-in-finance>

4 <https://www.wired.co.uk/article/monzo-if-this-then-that-integration-iftt-bank>

5 <https://digitalintheround.com/robo-advisor-statistics/>

6 „AI and the Modern Wealth Manager: How Artificial Intelligence is Creating a Personalized Investing Experience“, Forbes Insights, 2018.

7 <https://www.fintechfutures.com/2020/07/barclays-launches-robo-advisor-for-5k-investments-with-scalable/> and <https://www.barclays.co.uk/investments/plan-and-invest/>

8 “Reshaping retail banking for the next normal“, McKinsey, 2020



Über Nuance Communications, Inc.

[Nuance Communications](#) (Nuance) ist ein technologischer Vorreiter und Marktführer für KI-basierte Sprachdialogsysteme und Ambient Intelligence. Als Full-Service-Partner, dem 77 Prozent der US-amerikanischen Krankenhäuser und 85 Prozent der Fortune-100-Unternehmen weltweit vertrauen, entwickelt Nuance intuitive Lösungen, damit Menschen anderen besser helfen können.