

# Die Deutsche Telekom setzt auf innovatives Kundenerlebnis mit Nuance.

## Sprachbiometrie begeistert deutsche Kunden mit einer schnellen und sicheren Verifikation.

Die Deutsche Telekom ist mit rund 168 Millionen Mobilfunkkunden, 28 Millionen Festnetzanschlüssen und 19 Millionen Breitbandanschlüssen eines der weltweit führenden Telekommunikationsunternehmen ([www.telekom.com](http://www.telekom.com)). Als erstes deutsches Unternehmen hat die Telekom kürzlich die Sprachbiometrie in ihren Servicecentern eingeführt. Jetzt können sich die Kunden des Unternehmens mit ihrer Stimme anmelden und müssen sich keine 10-stellige Kundennummer mehr merken.

**Kunde** | Deutsche Telekom



**Herausforderung** | Kunden einen komfortablen Zugang ermöglichen, mit dem sie sicher auf ihre Konten zugreifen können

**Lösung** | Nuance Sprachbiometrie identifiziert und authentifiziert Anrufer sicher und in Sekundenschnelle

**Ergebnisse** | Die schnelle, nahtlose Kundenauthentifizierung schafft mehr Zeit für die Mitarbeiter, die sich dadurch auf einen hervorragenden Kundenservice konzentrieren können

## ▼ Herausragende Ergebnisse



**1st**

Erstes deutsches Unternehmen, das Sprachbiometrie einsetzt



**200,000**

Stimmabdrücke innerhalb der ersten 5 Monate



**75%**

der Kunden sagen, dass dieser Zugang bequemer ist

## Herausforderung

### Beseitigung eines uralten Kundenproblems.

Wenn sich Kunden telefonisch mit Unternehmen wegen Vertragsangelegenheiten in Verbindung setzen, müssen sie sich mit ihrer Kundennummer, ihrem Passwort oder ihrer Antwort auf eine spezielle Frage identifizieren. Bei der großen Anzahl an Verträgen, die Kunden haben, ist es fast unmöglich, sich jede ID für jedes Unternehmen zu merken, mit dem sie zu tun haben. Die Deutsche Telekom hat darauf reagiert. Ihre Kunden können sich nun einfach mit ihrer Stimme bei der Hotline identifizieren.

Auch wenn es schwierig ist, sich an eine lange Kundennummer zu erinnern, war die Authentifizierung mit einer eindeutigen Kennung bisher immer notwendig, um Konten und persönliche Daten zu schützen und letztlich Betrug zu verhindern.

Der Service der Telekom Deutschland wollte eine Lösung, die es den Telekom Kunden ermöglicht, sich schnell und nahtlos im Servicecenter zu authentifizieren, ohne Mitwirkung von Agenten. Es setzt als erstes deutsches Unternehmen die Nuance Sprachbiometrie-Technologie ein, um Kunden am Telefon zu erkennen und zu verifizieren.

## Lösung

### Es ist so einfach wie sprechen.

Die menschliche Stimme ist so einzigartig wie ein Fingerabdruck. Die Sprachbiometrie-Software von Nuance verwendet mehr als 100 physikalische und verhaltensbedingte Merkmale, einschließlich Akzent und Rhythmus, um eine individuelle

SprachID für jeden Einzelnen zu erstellen. Bei der Deutschen Telekom wird dann dieser unverwechselbare Sprachabdruck bei der nächsten Kontaktaufnahme zur Authentifizierung der Anrufer verwendet - alles was die Kunden hierzu tun müssen ist sprechen.

Für die Erstellung der SprachID ruft der Kunde die Kunden-Hotlines der Deutschen Telekom an und wiederholt dreimal den Satz "Bei der Telekom ist meine Stimme mein Passwort". Aus diesem wiederholten Satz erstellt die Sprachbiometrie von Nuance den einzigartigen Sprachabdruck des Kunden. Wenn er das nächste Mal bei der Deutschen Telekom anruft, spricht er einfach die Passphrase. Die Stimme wird mit ihrem Sprachabdruck abgeglichen und in Sekundenschnelle authentifiziert für den Zugriff auf das Kundenkonto.

Durch die Implementierung von SprachID und der damit verbundenen Vereinfachung und Beschleunigung, gegenüber den bisherigen Methoden zur Kundenidentifikation, verbessert die Deutsche Telekom nicht nur das Erlebnis für den Kunden. Es unterstützt auch die Kundenberater, sich auf die Kundenanfrage zu konzentrieren, statt Zeit mit einem überholten Authentifizierungsprozess zu verlieren.

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.

Das System speichert keine Sprach-Aufnahme der Stimme. Stattdessen

wird ein individuelles Ergebnis gespeichert, das die Software aus der Stimme des Anrufers mit einem Algorithmus erzeugt. Somit könnte im äußerst unwahrscheinlichen Fall, dass ein Hacker eine Sprachdatei abgreifen würde, diese definitiv nicht wieder in eine Stimme zurückgerechnet werden. Ebenso erkennt die Software, ob eine Stimme live gesprochen wird, indem sie die Tonfrequenzen überwacht. Somit ist das System auch vor Betrügern geschützt, die versuchen, zuvor aufgezeichnete Stimmausschnitte eines Kunden zu verwenden.

## Ergebnisse

### Schnell einen Unterschied machen.

In nur fünf Monaten haben sich über 200.000 Telekom Kunden mit ihrer SprachID registriert - und diese Umstellung zahlt sich bereits aus. Die Deutsche Telekom reduziert damit nicht nur Brüche im Kundenerlebnis, sondern entlastet auch die Servicecenter-Agenten. Sie haben damit mehr Zeit für den Kunden und können direkt helfen. Das führt zu höherer Kundenzufriedenheit - 75% der Benutzer sagen, dass die SprachID bequemer ist als die Verwendung einer ID-Nummer.

### Erfahren Sie mehr

Um mehr darüber zu erfahren, wie die Sprachbiometrie von Nuance Ihnen helfen kann, Ihre Kunden und Ihr Unternehmen zu schützen und jede Kundeninteraktion einfacher zu gestalten, senden Sie uns eine E-Mail an [cxexperts@nuance.com](mailto:cxexperts@nuance.com) oder besuchen Sie [www.nuance.com/security-suite](http://www.nuance.com/security-suite).



## Über Nuance Communications, Inc.

Nuance Enterprise gestaltet die Beziehung zwischen Unternehmen und Verbrauchern neu, mit Lösungen zur Kundenbindung auf Basis künstlicher Intelligenz. Unser Ziel ist es, der marktführende Anbieter von intelligenten Selbst- und Assisted-Service-Lösungen für große Unternehmen auf der ganzen Welt zu sein. Diese Lösungen unterscheiden sich durch Sprache, Sprachbiometrie, virtuelle Assistenten, Webchat und kognitive Technologien, ermöglichen einen kanalübergreifenden Kundenservice für IVR, Mobile und Web, Inbound und Outbound und werden durch die Design- und Entwicklungskompetenz eines globalen Professional Services-Teams erweitert. Wir betreuen Fortune-2500-Unternehmen auf der ganzen Welt mit einer Mischung aus Direkt- und Partnervertrieb.