

# INSIGHT

Expertenrat InSIGHT

Vier bewährte Verfahren für die erfolgreiche Einführung von Sprachbiometrielösungen



## Vier bewährte Verfahren für die erfolgreiche Einführung von Sprachbiometrielösungen

Sprachbiometrie ist eine schnelle, komfortable und äußerst präzise Lösung für die Authentifizierung von Kunden. Aus diesem Grunde registrieren Banken, Telekommunikationsanbieter und andere Unternehmen Schätzungen von Opus Research zufolge pro Monat durchschnittlich 1,2 Millionen Stimmabdrücke. Aber Unternehmen können nicht davon ausgehen, dass die Implementierung von Sprachbiometrielösungen allein schon zum Erfolg führt. In dieser Rubrik erfahren Sie mehr über vier bewährte Verfahren für Sprachbiometrielösungen, die für eine Maximierung der Rentabilität von Investitionen und der Kundenerfahrung ausschlaggebend sind.

**1. Erklären Sie die Technologie und ihre Vorteile für Benutzer auf einfach verständliche Art, ohne Fachausdrücke zu verwenden. Dies könnte z. B. so aussehen:** „Ihre Stimme ist genauso einzigartig wie Ihr Fingerabdruck. Sie können Ihre Stimme zur Überprüfung Ihrer Identität nutzen, ohne sich eine PIN-Nummer oder ein Passwort merken oder Sicherheitsfragen beantworten zu müssen.“

Befolgen Sie bei der Implementierung von Sprachbiometrielösungen für die Authentifizierung die wichtigsten bewährten Verfahren, um die Rentabilität der Investitionen und die Kundenerfahrung zu maximieren:

- Erklären Sie die Technologie und die Vorteile für Benutzer auf einfach verständliche Weise.
- Sprechen Sie die richtige Zielgruppe an.
- Entwickeln Sie eine Strategie für die Registrierung.
- Machen Sie die Registrierung einfach und gleichzeitig sicher.

Turkcell setzt mit über 7,5 Millionen registrierten Stimmabdrücken die Sprachbiometrie im weltweit größten Maßstab ein. Das Unternehmen hat einen sehr überzeugenden Werbespot entwickelt, der die Technologie und die damit einhergehenden Vorteile erklärt: [Klicken Sie hier](#), um sich den Werbespot anzusehen.

**2. Sprechen Sie die richtige Zielgruppe an.** Analysieren Sie Ihren Kundenstamm, um zu entscheiden, ob die Sprachbiometrielösung für alle Kunden oder nur für bestimmte Kunden angeboten werden soll. So kann ein Finanzinstitut die Stimmauthentifizierung zunächst nur für besonders vermögende Kunden anbieten, um diesen die Mühe zu ersparen, sich herkömmliche Authentifizierungsinformationen merken und diese angeben zu müssen. Diese Kunden können auch mithilfe der passiven Authentifizierung registriert werden, sodass alle offenen Schritte, einen Stimmabdruck zur Verfügung zu stellen, übersprungen werden können.

Auch geschäftliche Erwägungen sind zu beachten. Die Gesamtvorteile werden maximiert, wenn die Sprachbiometrie allen Kunden zur Verfügung gestellt wird. Dies erfordert jedoch beträchtliche Investitionen, die sich nicht alle Unternehmen leisten können. Ein guter Mittelweg besteht darin, die Kunden zu registrieren, die mit den bestehenden Authentifizierungsmethoden Probleme haben. Diese Strategie maximiert die Rentabilität der Investitionen, da der Einsatz der ersten Anwendung in kleinerem Umfang durchgeführt wird, während gleichzeitig die kostenträchtigste Kundengruppe angesprochen wird.

**3. Entwickeln Sie einen Registrierungsplan.** Eine Option besteht darin, alle Kunden dazu aufzufordern, ihre Stimmabdrücke zu registrieren, um auf das IVR System zugreifen zu können. Auf diesem Wege wird die Beteiligung maximiert und dieselbe Strategie verwendet wie für Self Service Webseiten: Benutzer müssen einen Benutzernamen und ein Passwort erstellen, um auf das Kundenbetreuungsportal zugreifen zu können.

Bei der ebenfalls häufig eingesetzten Vorgehensweise des Opt-out haben die Kunden die Möglichkeit, sich gegen eine Registrierung zu entscheiden. Nicht-registrierte Kunden werden im IVR System durch das Registrierungsverfahren geleitet und können dann z. B. durch Betätigen einer bestimmten Taste die Registrierung umgehen. Bei dieser Strategie werden in der Regel Registrierungsdaten von mindestens 80% erzielt.

Die dritte und letzte Herangehensweise ist das Opt-in, bei der Benutzer sich aktiv für die Registrierung entscheiden können. Die Registrierungsrate hängt stark vom Registrierungsangebot ab. So berechnet Magyar Telekom (Ungarn) eine einmalige Aktivierungsgebühr, um sich per Sprachbiometrie zu verifizieren. 89% der Kunden sind bereit, für die Nutzung von Sprachbiometrie zu zahlen, um so PIN-Nummern, Passwörter und Sicherheitsfragen zu umgehen. Eine solche Erfolgsrate erfordert einen gut durchdachten Werbeplan.

Zuletzt sollten Sie keinesfalls die Bedeutung von Call Center Agenten übersehen. Diese haben einen bedeutenden Einfluss auf den Registrierungsprozess, insbesondere bei Opt-out- und Opt-in-Verfahren. Ziehen Sie finanzielle Anreize in Erwägung, um sicherzustellen, dass die

# InSIGHT

Expertenrat InSIGHT, Vier bewährte Verfahren für die erfolgreiche Einführung von Sprachbiometrielösungen



Agenten ausreichend motiviert sind, um bei Interaktionen mit nicht-registrierten Kunden für eine Registrierung zu werben.

**4. Machen Sie die Registrierung einfach und gleichzeitig sicher.** Wählen Sie beispielsweise eine einzige Passphrase für alle Kunden, die sich registrieren lassen, welche gleichzeitig logisch ist und einfach zu sagen sein sollte. Die Verwendung einer überall gültigen Passphrase ermöglicht eine IVR Aufforderung wie „Bitte sagen Sie: „Bei der ABC Bank ist meine Stimme mein Passwort.“ So wissen Kunden genau, was sie für die Registrierung sagen müssen. Eine einzelne Passphrase macht es dem System auch leichter, Betrüger zu identifizieren.

Wenn Sie mehr über die Implementierung von Sprachbiometrietechologien erfahren möchten, [klicken Sie hier](#).

Und wenn Sie sich für erfolgreiche Anwendungen von Sprachbiometrielösungen interessieren, lesen Sie sich die Erfolgsgeschichten rechts auf dieser Seite durch.