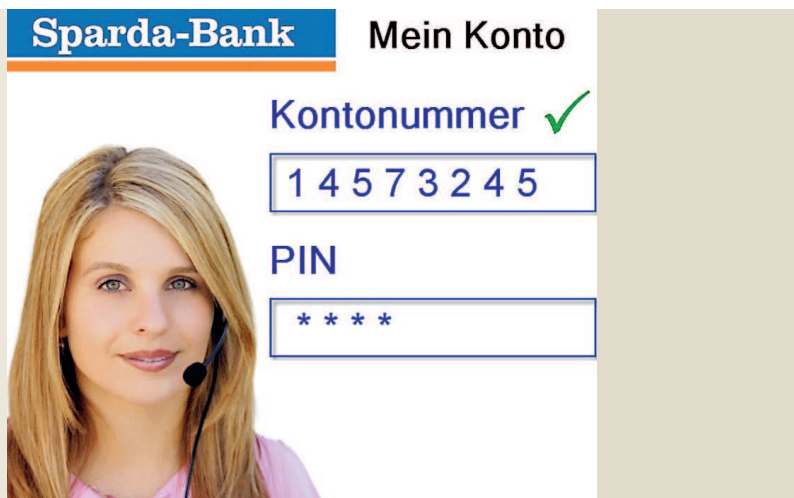


# Neue Dimension erprobt

Um Geschäftsprozesse effizienter zu gestalten und den Kunden einen besseren Service zu bieten, gibt es verschiedene Wege. So hat beispielsweise die Düsseldorfer Sparda-Bank West eG eine Machbarkeitsstudie zum Einsatz eines „Voice Video Portals“ durchgeführt. Es soll die bisher eingesetzte Mobile-Banking-Lösung übersichtlicher und lebendiger gestalten.

Hat sich der Anrufer für „Mein Konto“ entschieden, wird er von der Moderatorin aufgefordert, Kontonummer und PIN einzugeben. Um die Bedienung zu vereinfachen, sieht der Nutzer dabei jederzeit genau, was er gerade eintippt.

Bild: CreaLog



Im Falle der Sparda-Bank wird der Anrufer nach der Begrüßung von einer virtuellen Moderatorin namens „Sparda“ durch die Dialoge geführt. Sie stellt unter anderem die Menüpunkte des „Voice Video Portals“ vor, die zusätzlich grafisch dargestellt werden. Der Anrufer trifft eine Auswahl, indem er entweder mündlich den entsprechenden Menüpunkt – beispielsweise „Mein Konto“ – aufruft oder die entsprechende Taste, in diesem Fall die „1“, auf dem Handy drückt. Gleiches gilt für die Auswahlpunkte „Geldanlage“ (Taste 2), „Öffnungszeiten“ (Taste 3) oder für „Kartensperre“ (Taste 4).

Hat sich der Anrufer für „Mein Konto“ entschieden, wird er von der Moderatorin aufgefordert, Kontonummer und PIN einzugeben. Um die Bedienung zu vereinfachen, sieht der Nutzer dabei jederzeit genau, was er gerade eintippt. Nach der erfolgreichen Eingabe der PIN wird der Kontostand angesagt und gleichzeitig angezeigt. Im Anschluss lassen sich weitere Bankdienste wie „Überweisung“, „letzte Umsätze“, „Verbindung zu einem Kundenberater“, „PIN ändern“ oder „zurück zum Hauptmenü“ auswählen.

Wählt der Kunde beispielsweise den Menüpunkt „Öffnungszeiten“, nennt „Sparda“ nicht nur Wochentage und Uhrzeiten, sondern zeigt die Öffnungszeiten auch gleich übersichtlich auf dem Handy-Display an. Möchte man zu einem Kundenberater durchgestellt werden, so verbindet das System ins Call Center der Bank. Das dort eingesetzte HiPath ProCenter von Siemens arbeitet nahtlos mit dem „Voice Video Portal“ zusammen. Dieses übergibt dem Berater im Call Center alle relevanten Daten des Anrufers wie beispielsweise Name

**Z**unehmender Preiswettbewerb bei Standardprodukten und steigende Anforderungen an die Beratungsqualität – nachdem sich viele Geldinstitute bereits in den vergangenen Jahren auf einen immer härter werdenden Wettbewerb einstellen mussten, wird sich dieser Trend auch in den nächsten Jahren fortsetzen. Für viele Finanzdienstleister ein guter Grund, nach neuen Möglichkeiten zur Kundenbindung zu suchen. Im Fokus stehen dabei meist die so genannten Self-Service- Anwendungen, also das Mobile- oder Online-Banking. Die Effizienzsteigerung bestimmter Services spielt dabei ebenso eine Rolle wie der Einsatz neuer Technologien. Ein Zusammenhang, den auch die Sparda-Bank West eG in Düsseldorf erkannt hat.

Als eines der ersten Finanzinstitute in Deutschland hat sie – in Zusammenarbeit mit dem Münchener Sprachdialogspezialisten CreaLog – eine Machbarkeitsstudie durchgeführt, um die Vorteile eines so genannten „Voice Video Portals“ am Beispiel einer Mobile-Banking-Lösung zu erproben. Anders als bei normalen Sprachdialogsystemen

handelt es sich dabei um eine Lösung, die nicht nur die Spracherkennung unterstützt, sondern sie beinhaltet auch interaktive Video-Telefonie: Anrufer sehen die Auswahl-Menüs und den gewählten Inhalt als Bild oder Video-Clip direkt im Display ihres UMTS-Handys oder VoIP-Telefons. Die einzelnen Menüpunkte des Sprachportals können so durch Filmsequenzen visuell erläutert werden. Der Anrufer steuert den Ablauf des Dialogs alternativ per Spracheingabe oder Tonwahl. Die entsprechende Antwort des Voice Video Portals findet der Anrufer dann unmittelbar als Grafik auf dem Handy-Display oder hört die Antworten – sollte sein mobiles Endgerät die Wiedergabe von Videosequenzen nicht unterstützen – als Sprachausgabe. Besonders lebendig und emotional ansprechend werden „Voice Video Portale“ durch bewegte Bilder: Videosequenzen oder Produktfilme, Animationen oder Musik-Videos präsentieren sich dem Anrufer im Display seines Handys. Der Nutzer navigiert dabei per Spracherkennung oder Tastendruck durch die einzelnen Clips, die auch moderiert sein können.

Fortsetzung auf Seite 24

*Fortsetzung von Seite 22*

und Kontonummer. Auf diese Weise hat der Agent sofort alle wichtigen Angaben auf dem Bildschirm und sieht, welchen Kunden er in der Leitung hat, ob dieser sich bereits erfolgreich legitimiert und was er bereits im Video-Self-Service erledigt hat. So braucht der Berater diese Punkte nicht mehr abzufragen und kann sich sofort den Fragen und Wünschen des Anrufers widmen. Und das spart nicht nur Zeit, sondern auf beiden Seiten auch viele Nerven.

### **Kundenfreundliche Interaktion**

Ein weiterer Vorteil dieser Lösung: Das Portal ist nicht nur schneller zu bedienen, sondern die Interaktion wird von den Benutzern auch als übersichtlicher, lebendiger und kundenfreundlicher empfunden. Ist ein Videotelefon-Arbeitsplatz vorhanden, können sich Kunde und Berater auf Wunsch sogar sehen. Zudem gilt die Interaktion per Videogespräch als noch vertrauenswürdiger und persönlicher als herkömmliche reine Sprachlösungen. Die Mitarbeiter der Sparda Bank werden durch die mit dem „Voice Video Portal“ mögliche Automatisierung von Standardaufgaben entlastet und können sich so verstärkt für beratungsintensive und margenstarke Kundenprozesse einsetzen. Mit der Automatisierung bestimmter Geschäftsabläufe im Kundenservice sind die Möglichkeiten des Systems allerdings noch lange nicht erschöpft. Denn damit lassen sich auch neue Geschäftsmodelle schaffen, die wiederum den Kunden zugute kommen. So könnte beispielsweise die Wartefeldzeit bei einem Anruf für individuelle Werbung oder die Vorstellung eines neuen Finanzprodukts genutzt werden. Ob sich die „Voice Video Portale“ flächendeckend durchsetzen, wird allerdings von einer Vielzahl von Faktoren abhängen. Die weitere technische Entwicklung zählt dabei ebenso dazu wie ein durchgängiges Projekt-Management oder die sorgfältige Planung und Umsetzung.

*Autoren: Dr. Nicole Jekel, Lead Business Consultant Deutschland, Siemens Enterprise Communications GmbH & Co. KG und Jürgen Walther, Leiter Marketing, CreaLog GmbH.*