

Bankgeschäfte über Mensch-Maschine-Interaktion

20.06.2007, 12:08 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *medienbüro.sohn*

Servicesprünge durch intelligente Sprachdialogsysteme

Bonn/Berlin, ne-na.de - Als die Direktbank ING Diba ing-diba.com vor über zehn Jahren ihr erstes automatisiertes Telefonbanking-System einführte, kam das einer Revolution gleich. Denn kaum ein Unternehmen wagte zu diesem Zeitpunkt den Einsatz sprachbasierter Technologien“, berichtet Informationweek informationweek.de. „Die Anfänge nehmen sich aus heutiger Sicht bescheiden aus: Für acht parallele Anrufe war die Lösung ausgelegt, verstand lediglich ‚Ja‘, ‚Nein‘ und die Ziffern von 0 bis 9. Dennoch galt sie als revolutionär, denn kaum ein Unternehmen wagte zu diesem Zeitpunkt den Einsatz sprachbasierter Technologien“, so der Onlinedienst. Seitdem hat sich viel getan, „die Innovationen fördern den Kundendialog: Anrufer wechseln beispielsweise jederzeit zwischen Tastatur- und Spracheingabe, ohne dass sie das Ende der Ansagen abwarten müssen.“ Dem Bericht zufolge können die Bankkunden mittlerweile ihr Anliegen über sogenannte Smart-Dialoge in ganzen Sätzen formulieren, etwa eine Kauforder mit Angaben zum gewünschten Wertpapier. Bei Bedarf frage das System nach und reagiere flexibel auf die Eingaben des Anrufers. Etwa die Hälfte aller Anrufe im Monat - rund 500.000 - würden so automatisch abgewickelt. Trotzdem besteht für den Kunden jederzeit die Möglichkeit, aus dem Sprachportal zu einem Kundenbetreuer zu wechseln. Das gehört zum Servicegedanken des Unternehmens. „Wir werden den Kunden immer die Wahl lassen, ob sie im Portal bleiben oder zu einem Kundenbetreuer wechseln. Diese Strategie ist einer unserer wesentlichen Erfolgsgegaranten“, bestätigt Sonja Keller, Leiterin des Geschäftsbereiches Kundendialog, gegenüber Informationweek.

Um die Aufmerksamkeit ihrer Kunden zu gewinnen und sie an sich zu binden, stehen immer mehr Unternehmen vor ständigen Herausforderungen. Wichtig ist dabei auch ständige Erreichbarkeit, die ein Sprachdialogsystem gewährleisten kann. „Sprachportale entlasten Mitarbeiter von Standardaufgaben. Doch die Technologie lässt sich auch für Werbung und Kundenbindung einsetzen. Ausschlaggebend für den Erfolg sind die einfache Nutzbarkeit und eine Verknüpfung mit anderen Kommunikationskanälen“, schreibt Sabine Pracht im Fachmagazin Aquisa <http://www.aquisa.de>. „Natürliche Spracherkennung, resistent gegen Hintergrundgeräusche, Akzente und Dialekte, sowie die Möglichkeit, die Maschine zu unterbrechen - all das ist technisch bereits möglich“, so Aquisa. Banken und Versicherungen hätten hier eine Vorreiterrolle übernommen. „Auch der Mittelstand fühlt sich angesprochen. So stellte kürzlich ein Pflanzenhandel in Siegburg bei Bonn seine Order-Hotline auf Computerstimme um - zum eigenen und zum Vorteil der Kunden, die nun 24 Stunden am Tag bestellen können“, berichtet das Wirtschaftsmagazin Brandeins <http://www.brandeins.de> über den Erfolg der Sprachtechnik. Demnach erziele das Unternehmen durch das System „nicht nur mehr Umsatz mit nachtaktiven Bestellern, es sei auch billiger. Einer Datamonitor-Studie <http://www.datamonitor.com> zufolge liegen die jährlichen Wachstumsprognosen der Branche bei 30 Prozent. Bis 2008 werde der Umsatz in Deutschland von weniger als 100 Millionen Euro im Jahr 2004 auf weit über 200 Millionen steigen. Für die Unternehmen gehe es nach Ansicht des Unternehmensberaters Jens Klemann, Geschäftsführer von Strateco <http://www.strateco.de> und Mitinitiator der Bonner Voice Days <http://www.voicedays.de>, heute vor allem darum, den geeigneten Mix zwischen automatisierten Diensten und hochwertigen, von ausgezeichnet qualifizierten Agenten erbrachten Services zu finden: „Im Finanzwesen etwa ist es deutlich lukrativer, Standarddienste wie Auskünfte und einfache Transaktionen auf den Sprachcomputer zu verlagern und die Agenten in der Beratung und im Verkauf zu schulen und einzusetzen“. Das stärke die Kompetenz der Call Center.

Für Branchenexperten ist der Erfolg des Sprachportals bei der ING-Diba keine Überraschung, auch wenn die technische Herausforderung ungleich größer ist als vor zehn Jahren. Hierbei müssen nicht nur die so genannten normalen, standardisierten Bankdienstleistungen zügig abgewickelt, sondern auch alle anderen Kundenwünsche erfüllt werden. „Wesentliches Merkmal ist die freie Benutzerführung“, erklärt Lupo Pape, Geschäftsführer des Berliner Unternehmens SemanticEdge <http://www.semanticedge.de> den Servicesprung im Vergleich zu althergebrachten Sprachdialog-Systemen mit starrer Menüführung. „Das System liefert sofort den gewünschten Service. Die semantische Interpretation der sprachlichen Eingabe stellt sicher, dass Sinnzusammenhänge im Kontext des Dialogs erkannt werden“, so Pape im

Gespräch mit dem Wirtschaftsmagazin NeueNachricht <http://www.ne-na.de>.

Sein Unternehmen hat unter anderem für die Hamburger Sparda-Bank <http://www.sparda-hh.de> ein Dialogsystem entworfen. „Damit können aufgrund der Servicebreite mehr als 75 Prozent der eingehenden Servicewünsche erfüllt werden“, so der Sprachdialogexperte. Bei Banküberweisungen über das Sprachportal kann er sogar auf eine sofortige Verarbeitungsrate von 83 Prozent verweisen. Pape sieht zudem eine Verknüpfung zwischen so genannten Human-Touch-Dialogen, die dem menschlichen Sprechen sehr nahe kommen und der Akzeptanz eines Sprachdialogsystems. Bei einem Dialog mit menschlichen Zügen werde sich der Anrufer eher angenommen fühlen als bei einem mit starrer Menüführung und Abfrage von bestimmten Antworten, so Pape.

Medienbüro.sohn
V.i.S.d.P: Gunnar Sohn
Ettighoffer Strasse 26a
53123 Bonn
Germany

Telefon: +49 - 228 - 6 20 44 7
Telefax: +49 - 228 - 6 20 44 75

Portrait

Online-Nachrichtendienst NeueNachricht www.ne-na.de.

News-ID: 141912 • Views: 103 (Stand: 31.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/141912/Bankgeschaefte-ueber-Mensch-Maschine-Interaktion.html>