



## Conversational AI

# Customer Experience für Banken und Versicherungen

### Einleitung

Banken und Versicherungen stehen auch in diesem Jahrzehnt weiterhin unter Druck. Die Aufarbeitung vergangener Finanzkrisen und die daraus resultierende Regulatorik treiben die Notwendigkeit für effizienzsteigernde und reputationserhöhende Lösungen. Darüber hinaus stellen der immer größer werdende Wunsch der Kunden nach

ständiger Erreichbarkeit und innovativeren Produkten sowie die weiterwachsende Konkurrenz am Markt Banken und Versicherungen vor große Herausforderungen. Eine herausragende Customer Experience ist längst zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor geworden. ➡

Der Kundensupport ist noch immer ein starker Kostentreiber in der Banken- und Versicherungslandschaft. Nachdem sowohl die Beliebtheit als auch die Verfügbarkeit der Filialen immer weiter abnehmen, verlagern sich die Anfragen der Kunden zu Online-Banking und Telefonie. Heutige Support Lines im Kundenservice verzeichnen – auch schon vor der Corona-Pandemie – einen hohen Zuwachs an Anfragen, was nicht selten zu langen Wartezeiten und frustrierten Kundenerfahrungen führt. Banken müssen eine große Anzahl ausgebildeter Kräfte vorhalten, um die Support Lines angemessen zu besetzen.

In diesem Artikel stellen wir Conversational AI vor – eine technologische Lösung, die dazu in der Lage ist, Kosten in den wiederkehrenden Standardanfragen maßgeblich zu reduzieren, Kunden zum Self-Service zu bewegen und somit die Innovationskraft und Zukunftsfähigkeit von Banken und Versicherungen zu steigern.

### Was ist Conversational AI?

Conversational AI ist eine innovative und einsatzbereite Technologie aus dem Bereich der Künstlichen Intelligenz, mit der es schon heute möglich ist, Gespräche zwischen Menschen und Bots zu führen, die in Sachen Benutzerfreundlichkeit an Gespräche zwischen zwei Menschen herankommen. Ermöglicht wird dies durch State-of-the-Art Speech Recognition und intelligente Gesprächsleitfäden, die in flexiblen Dialogflüssen mit der Möglichkeit von Zwischenfragen und fallbezogenen Abzweigungen modelliert werden. Diese Flexibilität ermöglicht ein deutlich verbessertes Nutzererlebnis, als das bisher mit den klassischen statischen Auswahlménüs in der Telefonanlage möglich war.

Durch die Integration der Bots mit den operativen IT-Systemen und somit dem Zugriff auf die relevanten Daten der Kunden sowie weiteren Informationsquellen können Ersterer direkt und unkompliziert Auskünfte erteilen, Stammdaten bearbeiten, Produkte empfehlen und diese abschließen.

Chat- und Voicebots sind insbesondere für wiederkehrende Standardanfragen prädestiniert. So ist ein virtueller Assistent beispielsweise in der Lage, Kunden bei der Einrichtung von neuen Bezahlmethoden im Online-Banking zu begleiten. Zu beachten ist, dass Conversational AI den vorhandenen Self-Service nicht komplett ersetzen muss, sondern dort ergänzt und eingesetzt wird, wo es im Kundenerlebnis sinnvoll ist.

### Welchen Mehrwert bieten Conversational-AI-Lösungen?

Um besser verstehen zu können, wofür Conversational AI (C.AI) eingesetzt werden kann, geht es zunächst darum, welche Business Needs die Automatisierung mittels Conversational AI adressiert. Eine Umfrage mit unseren Kunden aus den Branchen Banken und Versicherungen ergab, dass diese Conversational AI insbesondere als Möglichkeit sehen, die Zufriedenheit ihrer Kunden merklich zu erhöhen und die Kosten in der Abwicklung von Kundenanfragen zu reduzieren. Sie erkennen, dass C.AI das Mittel der Wahl ist, um einen 24/7-Support ohne Wartezeiten für die Aufnahme eines Anliegens bereitzustellen und wiederkehrende Kundenanfragen effizient und automatisiert zu bearbeiten, während komplexere Anfragen schneller erkannt und an fachkundige Berater weitergeleitet werden können. Gerade dadurch, dass für die Kunden keine Wartezeiten bis zur initialen Annahme des Anrufs oder Chats entstehen, wird das Frustrationsmoment erheblich reduziert, was sowohl für die Kunden positiv ist als auch für die Mitarbeitenden im Kundensupport zu einer positiven Entwicklung der Arbeit führt.

Zukunftsgerichtet agieren bedeutet demnach, Customer Journeys und Service-strecken bedarfsgerecht und vollständig kundenzentrisch auszurichten.

Ist einmal klar, welche Serviceanfragen wiederkehrend und standardisierbar sind, können durch deren Automatisierung Kosten reduziert und Umsätze durch Cross-Selling gesteigert werden – bei gleichzeitig sofortiger Bearbeitung des Anliegens für die Kunden.

### Wofür kann Conversational AI eingesetzt werden?

Unsere Umfragen ergeben, dass Banken und Versicherungen das Potenzial von Conversational AI bereits erkannt haben. Dieses Potenzial wird sichtbar in der Vielzahl von Anwendungsfällen, die uns unsere Kunden aus der Banken- und Versicherungswelt genannt haben. Diese werden wir im Folgenden näher erläutern. Wir unterscheiden hierbei zwischen der Unterstützung interner sowie der externer Geschäftsprozesse. Bei internen Use Cases interagiert der Bot mit Mitarbeitern innerhalb des Unternehmens, wohingegen bei externen Use Cases eine direkte Interaktion zwischen Bot und Bank- bzw. Versicherungskunden stattfindet.

Die Conversational- AI-Anwendungsbereiche im Banking fokussieren sich stark auf externe Use Cases. Beinahe alle unsere Kunden nannten hierbei die Pflege von grundlegenden sowie transaktionsbezogenen Stammdaten und Profilen. Bots können unter anderem bei der Erhöhung eines Kreditkartenlimits unterstützen. Aber auch bei klassischen Geschäftsvorfällen wie beispielsweise bei der Entsperrung des Online-Bankings oder im TAN-Verfahren können Bots ihren Kunden zur Seite stehen. Darüber hinaus wurde im Rahmen unserer Umfrage vielfach die Onlineterminvereinbarung für Filialen genannt. Zu den Top Use Cases zählten darüber hinaus auch Cross-Selling-Möglichkeiten über das Auslesen von Transaktionsdaten, welches ermöglicht, Kunden ein maßgeschneidertes Angebot vorzuschlagen.

Bei den internen Anwendungsfällen fokussieren sich Banken hingegen aktuell nur auf die Automatisierung in den Bereichen IT-Service-Desk, HR oder Reisekosten.

Versicherungen haben, ähnlich wie Banken, einen starken Fokus auf externe Use Cases, so zählt neben den klassischen Serviceanfragen, wie zum Beispiel die Änderung von Adresse oder Bankverbindung, vor allem die Schadensmeldung bei Inanspruchnahme der Versicherungsleistung zu den wichtigsten Bereichen. Auch die Unterstützung bei Assistenzleistungen (z.B. im Fall einer Panne) und bei Nachfra-

gen zum Status eines laufenden Versicherungsfalls sind im Fokus von C.AI-Umsetzungen. Darüber hinaus kann C.AI auch neue Geschäftsmodelle unterstützen (z.B. Support von Kleinstversicherungen für Handys, Fahrräder etc.), die mit den Standardsupportkanälen nicht kostendeckend zu betreiben sind. Es wird deutlich, dass die Anwendungsfälle vielfältig sind und über den standardmäßigen FAQ-Bot hinausgehen. Die Vielzahl der genannten Anwendungsfälle sowie deren Vielseitigkeit begründen das enorme Potenzial, welches von Conversational AI ausgeht.

**Abb. 1 – Top-5-Anwendungsfälle bei Banken und Versicherungen**



### Wo stehen wir heute?

Conversational AI ist eine innovative und einsatzbereite Technologie, welche in anderen Ländern und Branchen bereits Anwendung findet. Auch bei den Banken und Versicherungen in Deutschland wurde das enorme Potenzial bereits erkannt – doch die tatsächliche Umsetzung steht in weiten Teilen noch aus.

### Conversational AI in Banken

Im Bankensektor wurde es größtenteils noch nicht erreicht, über die Feststellung der Notwendigkeit einer neuen Technologie und die ersten Schritte hin zu einer Pilotierung hinauszukommen. Ein detailliertes Zielbild sowie eine Umsetzungs-Roadmap haben viele Finanzinstitute noch nicht erarbeitet, geschweige denn mit der konkreten Implementierung in ihrem Unternehmen begonnen. Erste Schritte sind lediglich in Standard-Use-Cases, wie der Basic FAQ Chatbot, zu erkennen. Diese werden inzwischen mehr und mehr in Betracht gezogen.

Durch die Pandemie haben Kunden den Eingangskanal geändert, weg von der klassischen Filiale. Deutlich mehr Kunden greifen vor allem zum Telefon – auch für klassische, immer wiederkehrende Serviceanfragen, die sehr gut über Bots fallabschließend gelöst werden könnten. Laut unseren Umfragen ist es unseren Kunden wichtig, im Kontakt mit ihren Kunden den persönlichen Touch und direkten Draht zu den Kunden aufrechtzuerhalten und nicht zu robotisch zu wirken. Genau dies ist heute schon mit Conversational AI möglich. Was Banken heute noch zurückhält, ist unter anderem die mangelnde Akzeptanz innerhalb der Organisation (so ist es wichtig, Mitarbeitern, die hinter den zu automatisierenden Prozessen stehen, die Skepsis zu nehmen und den Mehrwert näherzubringen). Diese führt dazu, dass das Thema Conversational AI heute noch nicht auf der Agenda der kommenden Jahre der Finanzinstitute steht – doch genau dort gehört es hin.

### Conversational AI in Versicherungen

Da sind Versicherungen schon etwas weiter. Lösungen im Bereich Telefonie per Voicebots sind zum Teil seit einigen Jahren bereits im Einsatz. Einige Versicherungen in unserer Umfrage haben das Thema Conversational AI als integralen Bestandteil ihrer Digitalisierungsagenda etabliert und große Umsetzungsprogramme gestartet, um die Callcenter zu entlasten, ein verbessertes Kundenerlebnis zu schaffen und gleichzeitig Kosteneinsparungen erzielen zu können. Dazu wurde bei einigen Versicherungen bereits eine zentrale Conversational-AI-Plattform als Service aufgebaut und in die Telefonie eingebunden. Die entsprechenden Fachbereiche setzen dann auf dieser Basis die verschiedenen Use Cases um und leisten damit einen entscheidenden Beitrag zur Digitalisierung der Anliegenbearbeitung.

### Was steht der Umsetzung im Weg?

Doch was hindert unsere Kunden genau an der Auseinandersetzung mit und der Umsetzung von Conversational AI Use Cases? Unsere Umfrage ergab, dass bei Banken intern nur in geringem Umfang eigenes Expertenwissen für derartige Projekte vorhanden ist. Und wenn, dann reichen die Capabilities meist nur für die Umsetzung kleinerer Vorhaben aus. So müssen fehlende Skills über Partnerschaften abgedeckt werden, die bisher noch nicht in jedem Unternehmen vorhanden sind. Neben den fehlenden Fähigkeiten haben wir festgestellt, dass auch technische Herausforderungen zu meistern sind. Unsere Kunden gaben an, dass Legacy IT und veraltete Backend-Systeme eine große Herausforderung darstellen – dies muss in der Lösungsarchitektur einer C.AI-Applikation nachhaltig berücksichtigt werden. Banken möchten digital und innovativ sein, sehen aber auch neben der eigenen Skepsis in der Kundenakzeptanz ein großes Risiko. Sie möchten den Spagat zwischen Onlinebank und der persönlichen Nachbarschaftsfiliale schaffen, ohne den direkten

Dialog mit ihren Kunden zu verlieren. Um dies erfolgreich zu meistern, bedarf es bereichsübergreifender Strukturen und Steuerung im Unternehmen. Organisatorische Silos müssen aufgebrochen und die Integration von Conversational AI ganzheitlich adressiert werden, damit am Ende für die Kunden ein neues Erlebnis entsteht, welches auch die Kundenbindung positiv beeinflusst.

Bei Versicherungen, die als Ergebnis unserer Umfragen deutlich fortgeschrittener unterwegs sind, ist zu beobachten, dass sowohl interne Skills als auch Kooperationspartner vorhanden sind, die den Betrieb und die Weiterentwicklung von Conversational AI sicherstellen. Unsere Kunden gaben an, dass sie eigene Kompetenzcenter etabliert haben bzw. im Aufbau sind, um das Thema zukunftsgerichtet voranzutreiben. Herausforderungen sehen Versicherungen konkret in der Umsetzung: Es gilt hier, die Komplexität der Telefonie-Bots zu erhöhen. Im Kontext IT ist ihnen vor allem wichtig, die AI zu trainieren, zu stabilisieren und Fehlerfreiheit zu gewährleisten. Außerdem stellt die Datenintegration aus Backend-Systemen und Legacy IT eine Hürde dar, der mit sorgfältiger Lösungsarchitektur begegnet werden muss.

**Schluss mit Experimenten – Conversational AI gehört auf die Digitalisierungsagenda jeder Bank und Versicherung**

Viele Gespräche mit unseren Kunden aus dem Banken- und Versicherungssektor belegen, dass auf dem deutschen Markt noch deutlich Luft nach oben vorhanden ist. Banken und Versicherungen beschäftigen sich noch nicht intensiv genug mit den Möglichkeiten, die bereits in der Praxis erfolgreich nachgewiesen wurden. Die Realität hat bewiesen, was durch den Einsatz von Conversational AI bereits alles möglich ist, und das Spektrum an Use Cases ist vielfältig!

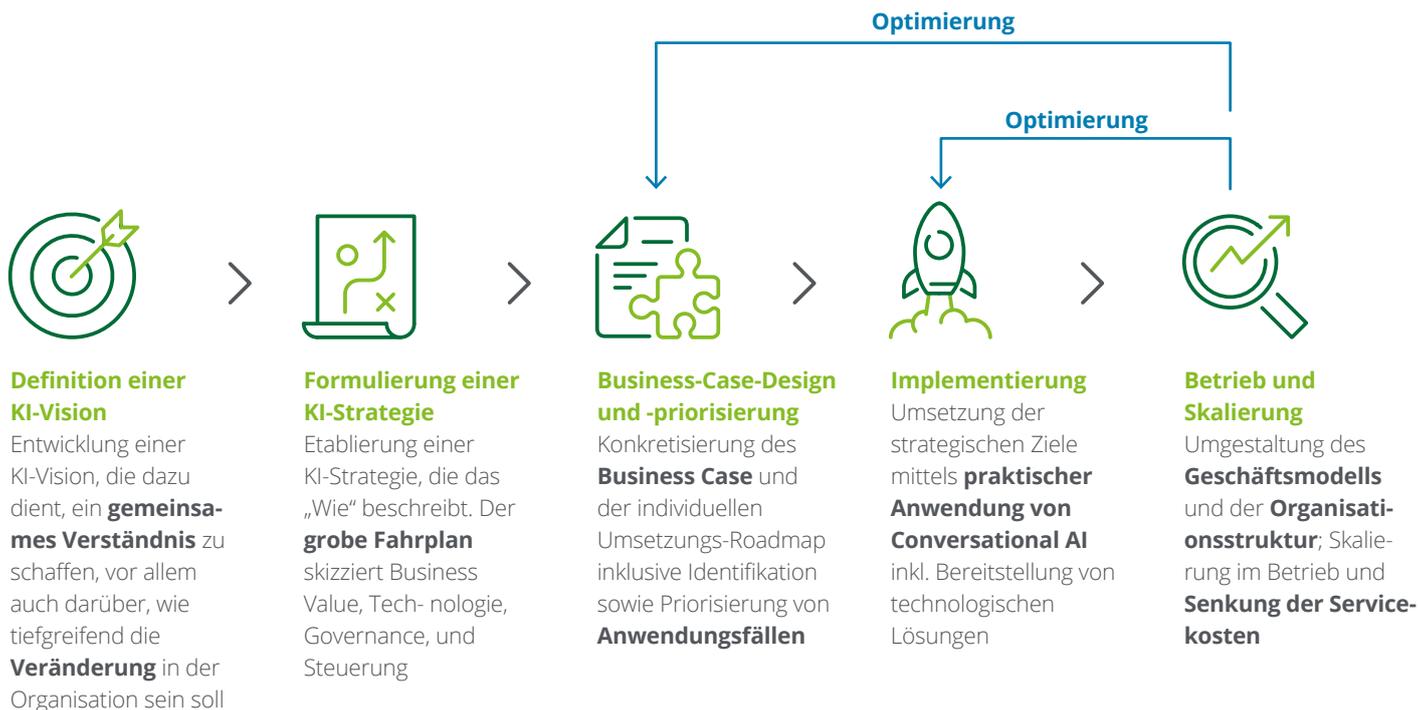
Die Zeit ist gekommen, sich mit den relevanten Use Cases zu beschäftigen, die Umsetzung konkret anzugehen und Business Cases sukzessive ausbauen.

Ein klares Zielbild als Ausgangspunkt sowie ein agiles Entwicklungsvorgehensmodell in der Implementierung sind das A und O. Wir von Deloitte begleiten unsere Kunden end-to-end bei der Verwirklichung ihrer individuellen Conversational AI Journey von der ersten Vision bis hin zur Business-Case-Definition, der strukturierten Umsetzung/dem Betrieb, der Optimierung und dem kontinuierlichen Ausbau – denn Conversational AI ist mehr als ein FAQ-Bot.

Daher gilt es, nicht im Experimentierstatus zu verharren, sondern durch den gezielten Einsatz von Conversational AI zukunfts- und wettbewerbsfähig in einem dynamischen Marktumfeld zu agieren. Unternehmen, die bereits einen höheren Reifegrad beim Einsatz von Conversational AI haben,

können 40–70 Prozent der wiederkehrenden Anfragen automatisiert bearbeiten und für komplexe Anfragen die ersten ein bis vier Minuten jedes Kundengesprächs zur Anliegenermittlung, Aufnahme wesentlicher Inputparameter sowie Anlage des Falls im Kundenservicesystem mittels Conversational AI automatisieren und dann direkt an die richtigen Kundenservice-Mitarbeiter inkl. aller relevanten Daten und angelegtem Case zur abschließenden Fallbearbeitung übergeben. Fehl-Routings, wie sie häufig in klassischen, menügeführten Telefonanlagen vorkommen, können mittels Conversational AI um 60–90 Prozent reduziert werden – zum Vorteil der Kunden und des Unternehmens.

**Abb. 2 – End-to-end Conversational AI Journey**



# Kontakte



## Jürgen Lademann

Partner  
Digital Banking  
Tel. +49 211 8772 3129  
jlademann@deloitte.de



## Holger Dümmler

Partner  
Banking Operations  
Tel. +49 69 9713 7155  
hduemler@deloitte.de



## Nils Dennstedt

Partner  
Sector Lead Insurance  
Tel: +49 40 32080 4463  
ndennstedt@deloitte.de



## Stephan Schüssler

Director  
Intelligent Automation | Conversational AI  
Tel. +49 211 8772 3833  
sschuessler@deloitte.de

# Deloitte.

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen (zusammen die „Deloitte-Organisation“). DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen, die sich gegenüber Dritten nicht gegenseitig verpflichten oder binden können. DTTL, jedes DTTL-Mitgliedsunternehmen und verbundene Unternehmen haften nur für ihre eigenen Handlungen und Unterlassungen und nicht für die der anderen. DTTL erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Kunden. Weitere Informationen finden Sie unter [www.deloitte.com/de/UeberUns](http://www.deloitte.com/de/UeberUns).

Deloitte bietet branchenführende Leistungen in den Bereichen Audit und Assurance, Steuerberatung, Consulting, Financial Advisory und Risk Advisory für nahezu 90% der Fortune Global 500®-Unternehmen und Tausende von privaten Unternehmen an. Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter liefern messbare und langfristig wirkende Ergebnisse, die dazu beitragen, das öffentliche Vertrauen in die Kapitalmärkte zu stärken, die unsere Kunden bei Wandel und Wachstum unterstützen und den Weg zu einer stärkeren Wirtschaft, einer gerechteren Gesellschaft und einer nachhaltigen Welt weisen. Deloitte baut auf eine über 175-jährige Geschichte auf und ist in mehr als 150 Ländern tätig. Erfahren Sie mehr darüber, wie die mehr als 345.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Deloitte das Leitbild „making an impact that matters“ täglich leben: [www.deloitte.com/de](http://www.deloitte.com/de).

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen und weder die Deloitte Consulting GmbH noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen noch deren verbundene Unternehmen (zusammen die „Deloitte Organisation“) erbringen mit dieser Veröffentlichung eine professionelle Dienstleistung. Diese Veröffentlichung ist nicht geeignet, um geschäftliche oder finanzielle Entscheidungen zu treffen oder Handlungen vorzunehmen. Hierzu sollten Sie sich von einem qualifizierten Berater in Bezug auf den Einzelfall beraten lassen.

Es werden keine (ausdrücklichen oder stillschweigenden) Aussagen, Garantien oder Zusicherungen hinsichtlich der Richtigkeit oder Vollständigkeit der Informationen in dieser Veröffentlichung gemacht, und weder DTTL noch ihre Mitgliedsunternehmen, verbundene Unternehmen, Mitarbeiter oder Bevollmächtigten haften oder sind verantwortlich für Verluste oder Schäden jeglicher Art, die direkt oder indirekt im Zusammenhang mit Personen entstehen, die sich auf diese Veröffentlichung verlassen. DTTL und jede ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen.