

INNOVATIES BIJ TELEFONISCH BANKIEREN VAN ABN AMRO

Richard Molenaar

Programma Manager ABN AMRO

22 november 2007, Amsterdam

AGENDA

- ◆ Het Customer Contact Center van ABN AMRO
- ◆ Waarom introduceert ABN AMRO spraaktechnologie?
- ◆ Spraakherkenning
- ◆ Voice Verification
- ◆ E.dentifier bij telefonie
- ◆ Implementatie
- ◆ Conclusies



CUSTOMER CONTACT CENTER

- ◆ ABN AMRO ontvangt jaarlijks 35 miljoen calls
- ◆ 7 miljoen calls worden afgehandeld door agenten
- ◆ De rest zijn self service applicaties
- ◆ Er zijn vijf locaties (Zwolle, Nijmegen, Almere, Breda en Den Bosch)
- ◆ Er werken ongeveer 1.600 medewerkers



WAAROM SPRAAKTECHNOLOGIE?

- ◆ Onze klanten kiezen bij > 80 % van de contacten voor de Directe kanalen (internet en telefonie)
- ◆ ABN AMRO is daarom altijd op zoek om de customer experience te verbeteren
- ◆ Hoge klanttevredenheid, maar:
 - ◆ Toetsmenu scoort relatief laag (kies 1 voor ..., kies 2 voor...)
 - ◆ Klanten vergeten regelmatig hun vijfcijferige Telefonische Identificatie Nummer



OPLOSSING 1: SPRAAKHERKENNING

- ◆ Toetsmenu vervangen door: herkennen wat de klant zegt
- ◆ “Open spraak” = optimale vrijheid voor de klant
- ◆ Nuance is de leverancier (system integration en business support door Logica CMG):
 - ◆ Nuance is wereldwijd marktleider
 - ◆ Ervaring met de Nederlandse taal



IS DE TECHNIEK VAN SPRAAK- HERKENNING KLAAR?

- ◆ Proof of concept en training met 3.500 klanten
 - ◆ Op basis van open spraak navigatie naar agents en self service applicaties
 - ◆ Particuliere- en zakelijke klanten
 - ◆ Verschillende achtergrond (regio, leeftijd, etc)
- ◆ Doelstellingen van de Proof of concept zijn gehaald:
 - ◆ Verwachte Dialogue Succes Rate in productie rond de 95 %



ZIJN DE KLANTEN KLAAR VOOR SPRAAKHERKENNING?

- ◆ Er draaien verschillende spraakherkenningsapplicaties in Nederland
 - ◆ De meeste applicaties zijn echter gebaseerd op beperkte keuzes en niet op open spraak
- ◆ Uitkomsten proof of concept:
 - ◆ 72 % van de klanten hebben een voorkeur voor spraak ten opzichte van toetsmenu's
 - ◆ 80 % van de klanten vindt het systeem snel of zeer snel



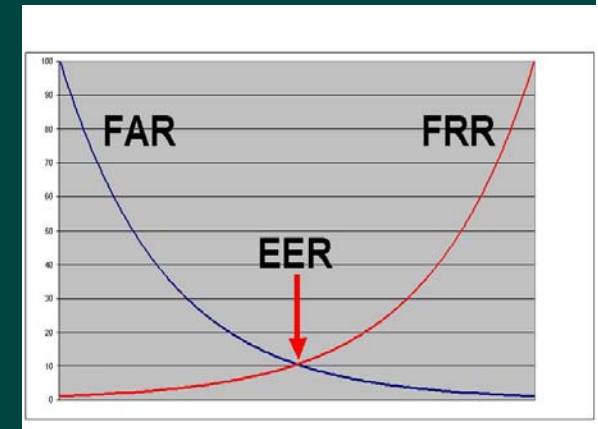
OPLOSSING 2: VOICE VERIFICATION

- ◆ Toegangscode vervangen door:
Herkennen wie de klant is
- ◆ Universele techniek, de implementatie is taalafhankelijk
- ◆ VoiceVault (UK) is de leverancier
- ◆ Proof of concept:
 - ◆ 1,450 deelnemers
 - ◆ > 30,000 calls
- ◆ Cross phone, verkouden, familie, opnames
- ◆ Twee onderdelen (two factor authentication):
 - ◆ Rekeningnummer
 - ◆ Antwoord op een door de klant verzonden vraag



IS DE TECHNIEK VAN VOICE VERIFICATION KLAAR? - 2

- ◆ False reject, False accept, Equal Error Rate
- ◆ Doelstellingen proof of concept behaald:
 - ◆ Uit literatuur bleek dat een Equal Error Rate van 2 % haalbaar was
 - ◆ Uitkomsten ABN AMRO proof of concept waren significant beter, < 1 %
 - ◆ Dit is exclusief het antwoord op de door de klant verzonden vraag (brengt de foutkans nog verder omlaag)
 - ◆ Verkoudheid heeft geen invloed
 - ◆ Opnames worden gedetecteerd



ZIJN DE KLANTEN KLAAR VOOR VOICE VERIFICATION?

- ◆ Veel biometrie in de media:
 - ◆ Vingerafdrukken bij reizen naar USA
 - ◆ Biometrisch paspoort
 - ◆ Iris scan voor frequent flyers Schiphol
 - ◆ Gezichtsherkenning in voetbalstadions
- ◆ Uitkomsten proof of concept:
 - ◆ 83 % verkiest voice verification boven de huidige 5-cijferige code
 - ◆ 99 % gaat het gebruiken voor rek info.
 - ◆ 73 % voor overboeken
 - ◆ Deze resultaten zijn behaald zonder informatie campagne



OPLOSSING 3: E.DENTIFIER BIJ TELEFONIE

- ◆ Zelfde als bij Internet Bankieren
 - ◆ Klanten zijn er aan gewend
 - ◆ Activeren met PIN code
 - ◆ Gegenerateerde code in telefoon intikken ipv op de computer
 - ◆ Alle bankzaken (info, beleggen, overboeken)
- ◆ Wordt ook gebruikt bij het opslaan van de stem
 - ◆ Zo weet ABN AMRO dat de juiste stem wordt opgeslagen
- ◆ Eindsituatie
 - ◆ E.dentifier voor de klanten, die zo nu en dan bellen
 - ◆ Voice verification voor de regelmatige bellers



IMPLEMENTATIE



CONCLUSIES

- ◆ ABN AMRO is continu op zoek naar verbeteringen in de customer experience
- ◆ Innovaties zijn daarbij belangrijk
- ◆ ABN AMRO kiest hierbij bewust voor de positie van trendsetter
- ◆ Daarbij wordt gekeken naar voordelen voor de klant (gebruikersgemak) maar ook voor de bank (veiligheid en efficiency)
- ◆ Cruciaal bij dit soort projecten is echter een gedegen voorbereiding

