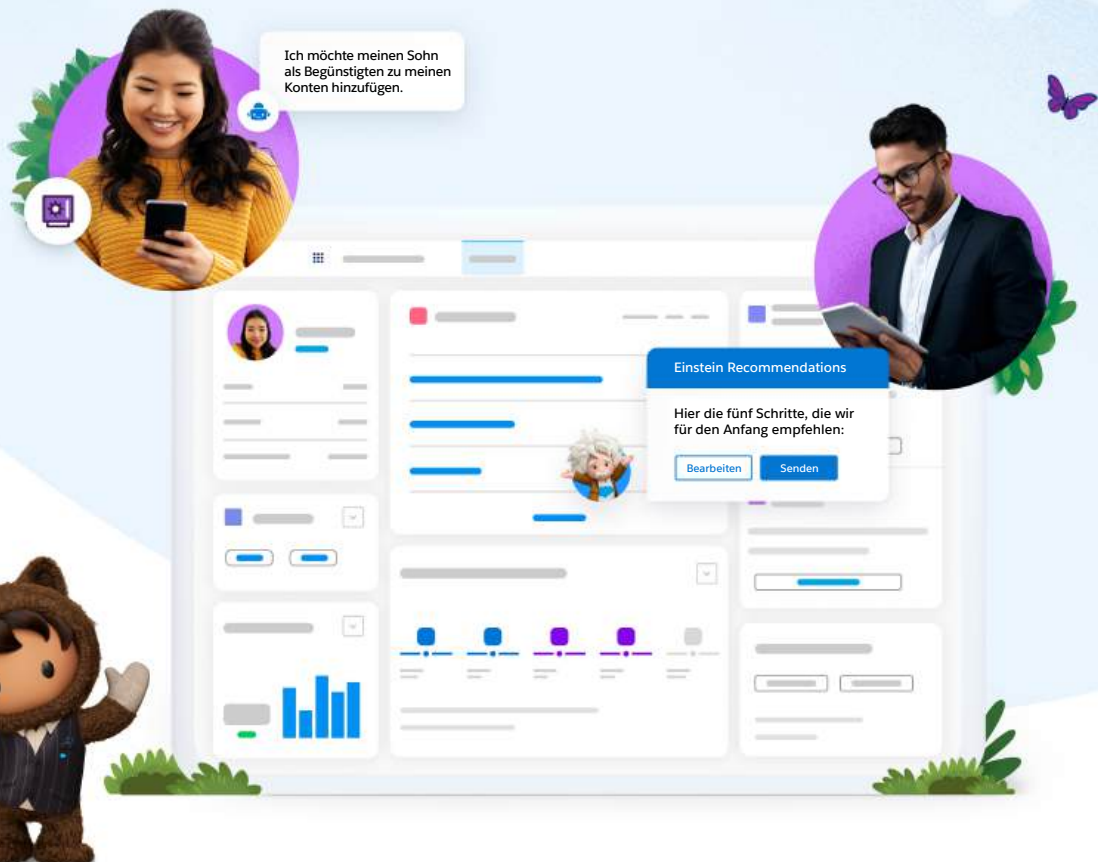




Leitfaden für Finanzdienstleister: Effektive Datenreife und KI

Ein umfassender Leitfaden, um Ihr Unternehmen
durch KI zum Erfolg zu führen



Inhalt

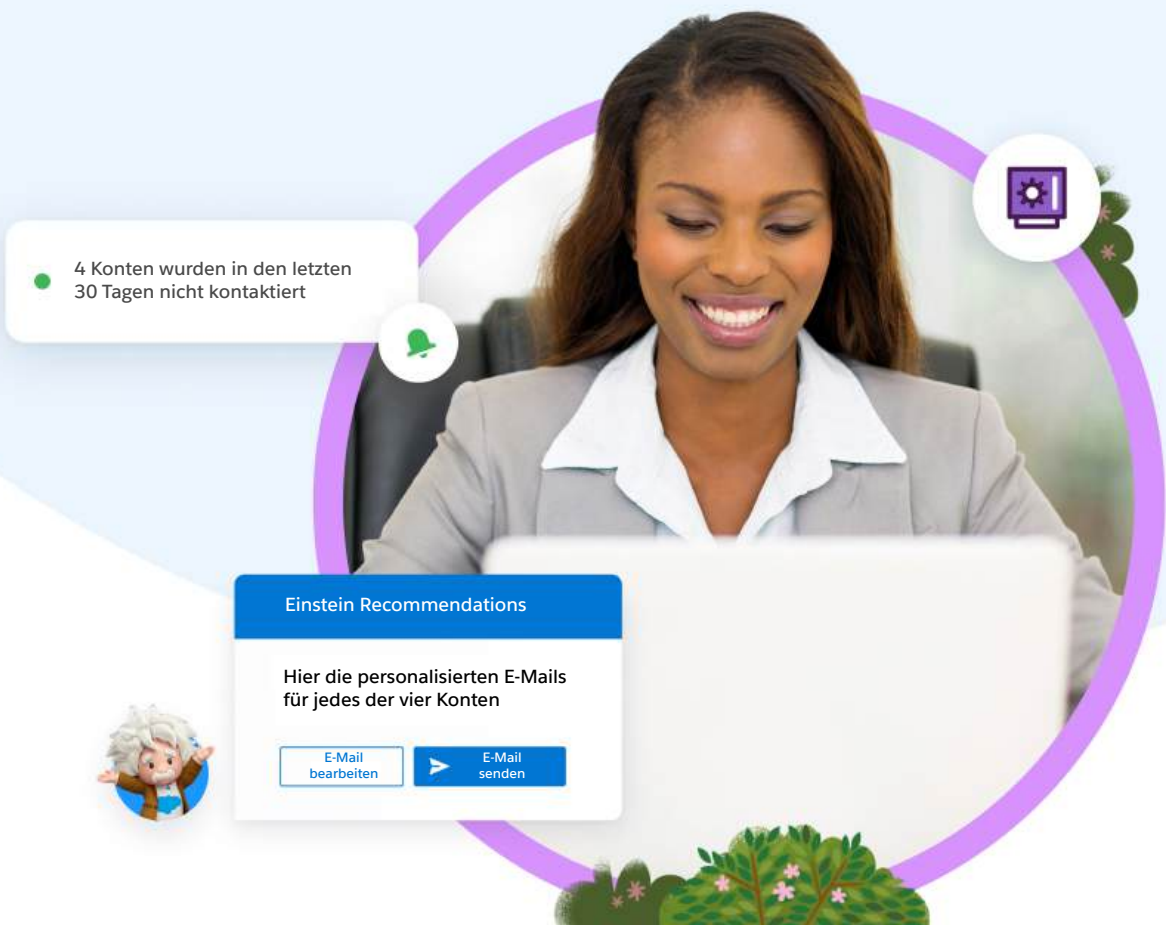
KI erhöht die Bedeutung von vertrauenswürdigen Daten im Finanzdienstleistungswesen	04
• Was ist eine Datenstrategie?	07
• Was ist Datenintegration?	07
• Was ist Datenreife?	07
• KMUs stehen vor besonderen Herausforderungen	08
• Warum ist Datenreife für führende Anbieter im Finanzdienstleistungsbereich gerade jetzt wichtig?	09
5 Schritte zur Datenreife	10
• 1. Schritt: Bestimmen Sie Ihre Ziele und identifizieren Sie manuelle Datenprozesse	11
• Bestimmen Sie Ihre Ziele	11
• Identifizieren Sie die relevanten Daten und bewerten Sie den Istzustand	11
• Bestimmen Sie Ihren Anwendungsfall	12
• 2. Schritt: Reduzieren Sie redundante, inkonsistente Informationsquellen	14
• Identifizieren Sie manuelle Datenprozesse aus verschiedenen Quellen	14
• Machen Sie sich Business-Intelligence-Tools zunutze	14
• 3. Schritt: Erzählen Sie die ganze Geschichte	15
• Vereinfachen Sie Ihre Vorgehensweise durch einen rollenbasierten Ansatz	15
• Entwickeln Sie Richtlinien für die Weitergabe von Daten an Kund:innen und Anbieter:innen	15
• Überprüfen Sie Ihren Data-Governance-Plan	16
• Sichere Dateninfrastruktur und Prozesse	16
• Due Diligence und fortlaufende Überprüfung	16

Inhalt

• 4. Schritt: Gewinnen Sie intelligente Erkenntnisse	17
• Erhalten Sie im Handumdrehen alle wichtigen Informationen	17
• Reduzieren Sie Ihren IT-Fußabdruck	17
• Setzen Sie neue Maßstäbe für die Personalisierung	17
• Optimierte Next-Best-Action-Empfehlungen	17
• 5. Schritt: Transformieren Sie Ihr Unternehmen	18
• Proaktives und reaktives Verhalten	18
• Unterstützen Sie Ihr Team dabei, sich neuen Herausforderungen zu stellen ..	18
• Bestimmen Sie Ihren Anwendungsfall	19
• Kundenbeispiel	20
Personalisierte Experiences in großem Maßstab mit CRM + KI + Daten + Vertrauen	21

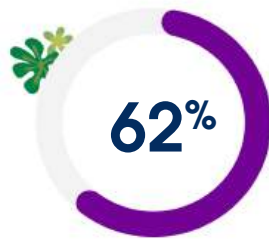


KI erhöht die Bedeutung von vertrauenswürdigen Daten im Finanzdienstleistungswesen



Das Finanzdienstleistungs-Playbook für effektive Datenreife

Die Finanzdienstleistungsbranche befindet sich in einer Zeit des Umbruchs, non der Vorstandsetage bis hin zu den Kund:innen. Banken, Versicherer und Finanzdienstleistungsunternehmen konzentrieren sich verstärkt darauf, bestehende Kundenbeziehungen auszubauen und neue Kund:innen zu gewinnen. Um dies zu erreichen, legen sie den Schwerpunkt auf fesselnde Erfahrungen und versuchen gleichzeitig, Kosten zu reduzieren. Das Zaubermittel, das ihnen all das ermöglichen soll, heißt KI. KI soll sie dabei unterstützen, den zunehmenden Kundenerwartungen in Bezug auf personalisierte Dienstleistungen und Produkte gerecht zu werden. Denn eines steht fest: Kund:innen gehen dorthin, wo ihnen die beste Erfahrung geboten wird, und da die Einstiegshürden beim Thema KI vergleichsweise niedrig sind, ist auch die Konkurrenz längst in das Wettrennen um die besten KI-Lösungen eingestiegen.



der Kund:innen geben an, dass sie den Finanzdienstleister wechseln würden, wenn sie den Eindruck haben, für diesen nur eine Nummer zu sein.



der Kund:innen erwarten von Unternehmen, dass sie ihre individuellen Anforderungen und Erwartungen verstehen.

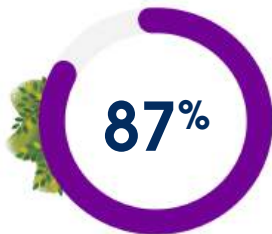
In dem verzweifelten Versuch, die betriebliche Transformation lieber gestern als heute mit den steigenden Kundenerwartungen in Einklang zu bringen, vergessen viele Analytik- und IT-Expert:innen jedoch etwas Grundlegendes: Das Potenzial der KI, diese Probleme zu lösen, ist eng mit der Qualität und Vertrauenswürdigkeit der zugrunde liegenden Daten verbunden. Es ist wichtig zu verstehen, dass die fleißigen und nicht selten zeitaufwendigen Bemühungen, die Richtigkeit und Vollständigkeit der Daten zu gewährleisten, eine notwendige Voraussetzung sind, um von qualitativ hochwertigen Erkenntnissen zu profitieren. Der simple Schritt, zuallererst eine Datengrundlage zu schaffen, ist notwendig, damit KI-Initiativen im Finanzdienstleistungswesen von Erfolg gekrönt sind.

Erfolgreiche Vertreter:innen der Branche sind sich dieses entscheidenden Zusammenhangs bewusst.





der Analytik- und IT-Expert:innen bei Finanzdienstleistern geben an, dass vertrauenswürdige Daten wichtiger sind als je zuvor.



der Analytik- und IT-Expert:innen bei Finanzdienstleistern geben an, dass Fortschritte im Bereich KI das Datenmanagement zu einer hohen Priorität machen.



der Führungskräfte bei Finanzdienstleistern sind der Meinung, dass ihr Unternehmen das volle Potenzial seiner Daten ausschöpfen sollte.

Viele Finanzdienstleistungsinstitute haben zumindest erkannt, dass sie eine umfassende Datenstrategie und Integrationsplattform benötigen, um ihren Teams die erforderlichen Erkenntnisse zur Verfügung zu stellen, mit denen sie sich die Vorteile der KI zunutze machen und am Markt erfolgreich sein können. Unternehmen müssen zwei Herausforderungen bewältigen: Einerseits müssen sie eine Möglichkeit finden, über eine Vielzahl von Systemen verstreute, isolierte Daten zusammenzuführen und die Datennutzung zu optimieren (Stichwort „Datenreife“), während sie andererseits die geltenden Datenschutzbestimmungen und andere Vorschriften einhalten müssen. Die gute Nachricht ist, dass es dazu weder einer komplizierten Strategie noch umfangreicher Investitionen in zusätzliche IT-Mitarbeiter:innen bedarf. Der vorliegende Leitfaden zum Thema Datenreife im Finanzdienstleistungswesen beschreibt die erforderlichen Schritte, um den Einsatz von Daten im Banken- und Versicherungswesen sowie in der Vermögens- und Anlageverwaltung zu optimieren, mit dem Ziel, Fähigkeiten zu skalieren, einen bleibenden Mehrwert zu schaffen und den Weg zur KI-Reife zu beschleunigen.

Bevor wir anfangen, wollen wir einige in diesem Kontext verwendete Arbeitsdefinitionen für die Begriffe „Datenstrategie“, „Datenintegration“ und „Datenreife“ festlegen.



Datenstrategie

Vereinfacht ausgedrückt ist eine Datenstrategie die Grundlage zum Erreichen der Unternehmensziele mithilfe von Datenanalysen. Dabei gibt es jedoch nicht die eine Patentlösung. Zunächst gilt es sicherzustellen, dass Ihre Geschäftsziele klar definiert sind und Ihre Mitarbeiter:innen zum Thema Datengenauigkeit und -sicherheit geschult wurden. Warum ist das wichtig? Daten sind der Schlüssel, wenn es darum geht, kluge Geschäftsentscheidungen zu treffen, interne Prozesse zu optimieren, das Geschäft durch den Fokus auf Neu- und Bestandskund:innen weiter auszubauen und die Customer Journey zu personalisieren. Eine Datenstrategie bzw. ein Weg zur Datenreife ist der Schlüssel, wenn es darum geht, zu bestimmen, in welcher Phase der Journey sich Kund:innen oder potenzielle Kund:innen befinden, um sie bei der Entscheidungsfindung zu unterstützen.

Datenintegration

Datenintegration bezeichnet die technischen Prozesse und Geschäftsprozesse, die sich hinter den Kulissen abspielen, um über verschiedene Abteilungen verstreute und/oder bei externen Anbietern befindliche Daten zu einer einheitlichen Informationsquelle zusammenzuführen. Beispielsweise können Daten in Legacy-, SaaS-, kundenspezifischen und/oder Kernsystemen gespeichert sein und zudem die unterschiedlichsten Formate (u. a. strukturiert oder unstrukturiert) aufweisen. Die Datenintegration ist automatisiert und optimiert den Prozess der Anforderung und Verknüpfung von Daten aus allen nur erdenklichen Quellen zu einer integrierten, zentralen Informationsquelle, auf die alle Personen und Systeme innerhalb des Unternehmens zugreifen können. Zu diesem Prozess gehört auch, zu bestimmen, was mit den Daten im Anschluss an die Harmonisierung geschehen soll – d. h., ob sie im Rahmen eines Prozesses oder einer Automatisierung in ein anderes System übertragen werden müssen.

Datenreife

Ein „datenreifes“ Unternehmen hat eine erfolgreiche Transformation hinter sich und verwendet Daten, um wichtige Entscheidungen zu treffen, Innovation zu fördern und für die Zukunft zu planen. Die Vorteile liegen auf der Hand: [Datengestützte Unternehmen](#) treffen bessere Entscheidungen und erreichen ihre Ziele schneller. Zudem geht das Ganze über eine rein digitale Transformation hinaus: Datenreife Unternehmen haben auch ihre [Unternehmenskultur](#) weiterentwickelt – d. h. alle Mitarbeiter:innen verfügen über das erforderliche Wissen und sind darin geschult, datengestützt zu handeln.

Daten und Analysen sind ein integraler Bestandteil sämtlicher Aspekte des Geschäftsbetriebs: Sie werden auf die Geschäftsziele abgestimmt, bei der Entscheidungsfindung und im Rahmen von Prozessen priorisiert und in dem Bestreben, durch Daten einen Wettbewerbsvorteil zu erzielen, zusammengeführt. Datenreife ist außerdem die Grundlage für den KI-Erfolg. Datenreife Unternehmen verfügen [mit doppelt so hoher Wahrscheinlichkeit](#) über die qualitativ hochwertigen Daten, die erforderlich sind, um KI effektiv einzusetzen.



KMU stehen vor besonderen Herausforderungen

Laut einem [Bericht](#) von Apiture und der Aite-Novarica Group geben 60 % der Entscheidungsträger:innen an, dass sie wahrscheinlich zu einer kleineren Bank – wie einer Ortsbank oder Genossenschaftsbank – wechseln würden, wenn deren Produkte, Dienstleistungen und Customer Experience mit denjenigen einer größeren Bank vergleichbar wären. Größere Finanzinstitute verfügen über einen größeren Mitarbeiterpool sowie ein größeres IT-Budget, um sich die neuesten Technologien zu leisten. Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) mussten diesen Nachteil bisher durch besonders guten Service und örtliche Nähe wettmachen. KI bringt diesbezüglich einige Änderungen mit sich, da sie beziehungsorientiertes Wissen für alle verfügbar macht und die einfache Skalierung von Dienstleistungen ermöglicht. KMU [stehen vor besonderen Herausforderungen](#), wenn es um die Datenreife geht – auch wenn die zentralen Grundsätze von Strategie, Implementierung und schließlich Bedeutung gleich bleiben.

Nachstehend einige Aspekte, die KMU auf dem Weg zur Datenreife berücksichtigen sollten (ausgehend von der Annahme, dass ihnen im Vergleich zu größeren Unternehmen weniger Ressourcen für die Datenverwaltung sowie ein geringeres Budget für die Investition in fortschrittliche Datentechnologien zur Verfügung stehen):

Legen Sie klare Ziele fest: Es ist von entscheidender Bedeutung, zu bestimmen, welche Aspekte Ihres Geschäfts Sie mit Daten verbessern möchten. Klare Zielvorgaben helfen Ihnen dabei, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren und die einzelnen Schritte auf dem Weg zur Datenreife zu priorisieren. Anschließend können Sie ermitteln, welche Arten von Daten für das Erreichen dieser Ziele entscheidend sind. Indem Sie mit den für Ihre Ziele entscheidenden Daten beginnen, sparen Sie Zeit, Geld und Arbeitsstunden, die ansonsten für die Konsolidierung sämtlicher Unternehmensdaten hätten aufgewendet werden müssen.

Geben Sie Technologie den Vorzug: Viele KMU verfügen nicht über das notwendige Personal oder die notwendigen internen Kompetenzen, um ein IT-Team zusammenzustellen, das ein Datenreifeprojekt zum Erfolg führen kann. Skalierbare Cloud-Technologielösungen bieten den Vorteil, dass sie mit den Anforderungen Ihres Unternehmens mitwachsen und eine kostspielige IT-Infrastruktur überflüssig machen.

Bringen Sie die Unternehmenskultur in Einklang mit Ihren Zielen: Effektive Change-Management-Strategien und Unterstützung von oben sind unerlässlich, um die in KMU nicht selten anzutreffende Abwehrhaltung gegen die für eine datengestützte Kultur erforderlichen Veränderungen zu überwinden. Ebenso wichtig ist es, das Team mit den für eine positive Einstellung zum Thema Datenreife erforderlichen Fähigkeiten auszustatten, um sicherzustellen, dass die datenorientierte Entscheidungsfindung vollumfänglich unterstützt wird.



Warum ist Datenreife für führende Anbieter im Finanzdienstleistungsbereich gerade jetzt wichtig?

Der Zugriff auf qualitativ hochwertige, vertrauenswürdige Daten zur richtigen Zeit und im richtigen Kontext ist für den Geschäftserfolg unerlässlich. KI hat das Ganze noch verstärkt und dem Thema Datenreife zusätzliche Bedeutung verliehen – schließlich ist die Qualität der Daten ausschlaggebend für erfolgreiche KI-Anwendungen. So kommt beispielsweise eine [Salesforce-Studie](#) zu dem Ergebnis, dass Unternehmen, die über einen hohen Reifegrad verfügen, mit doppelt so hoher Wahrscheinlichkeit auch über die qualitativ hochwertigen Daten verfügen, die erforderlich sind, um KI effektiv einzusetzen. Einige der [größten Herausforderungen](#), denen sich IT- und Analytikexpert:innen bei Finanzdienstleistern im Zusammenhang mit Daten gegenübersehen, sind Sicherheitsbedrohungen, fehlende Datenharmonisierung, ein Zuviel an manuellen Prozessen, Budgetzwänge sowie ein Mangel an datenbezogenen Kenntnissen aufseiten der Belegschaft.



der Analytik- und IT-Expert:innen bei Finanzdienstleistern geben an, dass vertrauenswürdige Daten wichtiger sind als je zuvor.

Eine effektive Datenintegration trägt dazu bei, diese Herausforderungen zu meistern. Sie versetzt Teams dazu in die Lage, schneller und genauer als je zuvor intelligente Entscheidungen zu treffen, und beseitigt gleichzeitig Hindernisse für die Zusammenarbeit. Mithilfe einer umfassenden Datenstrategie können sich Unternehmen diese Daten anschließend zunutze machen, um ihren Betrieb zu transformieren und die Customer Experience zu optimieren. Für eine effektive KI-Strategie ist es jedoch unerlässlich, zunächst Ordnung in Ihre Daten zu bringen und diese so zu strukturieren, dass alle Abteilungen ohne Weiteres darauf zugreifen können. Erst dann können wir von Datenreife sprechen. Führungskräfte müssen dafür sorgen, dass der Fokus auf Datenreife im gesamten Unternehmen verankert und eine vertrauenswürdige Datengrundlage geschaffen wird.



5 Schritte zur Datenreife



Einstein Recommendations

Angebot: Basierend auf ihrem Profil interessiert sich die Kundin möglicherweise für dieses Produkt.

➤ E-Mail
senden



Hausversicherung

01 Bestimmen Sie Ihre Ziele und identifizieren Sie manuelle Datenprozesse

In Bezug auf die Datenstrategie gibt es keine Patentlösung. Vielmehr muss sie auf die konkreten Anforderungen und Ziele Ihres Unternehmens zugeschnitten werden. Der erste Schritt besteht darin, die zu erreichenden Ziele und KPIs zu bestimmen, die relevanten Daten zu identifizieren, den Istzustand der Daten zu bewerten, die beste Vorgehensweise zum Verständnis der Daten festzulegen und das für die Umsetzung der Strategie am besten geeignete Team einschließlich der zugehörigen Software zu bestimmen.

Bestimmen Sie Ihre Ziele

Um Geschäfts- und Datenprioritäten miteinander in Einklang zu bringen, müssen Sie zuerst die Ziele Ihres Unternehmens – einschließlich der Ziele der Geschäftsführung sowie anderer wichtiger Führungskräfte – ganz genau verstehen. Gespräche mit den relevanten Stakeholdern, um ein Gefühl für ihre Bedürfnisse und Prioritäten zu bekommen, sind der erste Schritt für die Entwicklung einer einheitlichen, funktionsübergreifenden Sicht auf Ihre Daten. Bei den Zielen kann es sich um eine allgemeine Optimierung des gesamten Unternehmensbetriebs oder auch um die Optimierung einzelner Bereiche, beispielsweise des Kundenservice, der Risikobewertung oder der Betrugserkennung, handeln.

Identifizieren Sie die relevanten Daten und bewerten Sie den Istzustand

Nachdem Sie die Führungskräfte mit ins Boot geholt und eine einheitliche Sicht auf Ihre Ziele erstellt haben, können Sie nun Ihre Daten analysieren, um zu bestimmen, welche Daten Sie bereits haben und welche Ihnen noch fehlen. Die Identifizierung von Datenquellen über alle Abteilungen und Kunden-Touchpoints hinweg, der Zugriffsmöglichkeiten auf die einzelnen Quellen sowie der Qualitätshierarchie der Quellen ist ein wichtiger früher Schritt. Tragen Sie als Nächstes manuell Daten aus diesen Quellen zusammen, um Berichte damit zu befüllen. Dies kann einen wertvollen Hinweis darauf bieten, welche Daten Ihnen noch fehlen, um Ihre Ziele zu erreichen.



Bestimmen Sie Ihren Anwendungsfall

Nachdem Sie Ihre Daten zusammengeführt haben, ist es wichtig, von vornherein einen Anwendungsfall festzulegen. Dieser ist natürlich von Ihrem Unternehmen und dessen ganz speziellen Anforderungen abhängig. Zur Veranschaulichung haben wir nachstehend einige typische Beispiele aus dem Banken- und Versicherungswesen sowie der Vermögens- und Anlageverwaltung zusammengestellt:

Branchentypischer Anwendungsfall: Privatkundengeschäft

Kundenservicemitarbeiter:innen von Banken benötigen häufig Zugriff auf eine Vielzahl von Systemen (im Zusammenhang mit Einlagen, Krediten, Kreditkarten usw.), von denen ein jedes mit eigenen Kundendaten bestückt ist. Der:die Mitarbeiter:in muss daher darauf achten, in den verschiedenen Systemen jeweils dieselbe Person aufzurufen. So kann es beispielsweise vorkommen, dass Thomas Müller in einem anderen System unter dem Namen „T. Müller“ geführt wird. Der Aufwand, sicherzustellen, dass es sich um ein und dieselbe Person handelt, beeinträchtigt die Kundeninteraktion und verlängert die Problemlösungszeit. Nachdem sämtliche Daten zu einer einheitlichen, zentralen Sicht auf den Kunden zusammengeführt wurden, kann der:die Mitarbeiter:in sicher sein, alle erforderlichen Informationen über Thomas Müller an einem zentralen Ort vorliegen zu haben. Der:die Mitarbeiter:in erhält einen umfassenden Überblick über die Beziehung zwischen Thomas Müller und seiner Bank, einschließlich aller kürzlich durchgeführten Transaktionen und Interaktionen. Ein weiterer Vorteil besteht darin, dass KI in Echtzeit relevante Empfehlungen oder Warnungen ausgeben kann. Wenn der:die Mitarbeiter:in jetzt eine häufige Serviceanfrage klären muss, z. B. die Beanstandung einer Transaktion durch eine:n Kund:in, hat er:sie sofort die richtigen Daten zur Hand. Diese 360-Grad-Sicht auf den:die Kund:in steht allen Kontaktcenter-, Filial-, Middle- und Backoffice-Teams zur Verfügung. Nachdem der:die Kundenservicemitarbeiter:in die erforderlichen Informationen zur fraglichen Transaktion erfasst hat, werden die Angaben nahtlos an die Betrugsabteilung weitergeleitet, die den Vorfall näher untersucht. Dies beschleunigt die Lösungsfindung, verbessert die Service Experience und wirkt sich positiv auf die Kundenzufriedenheit aus.



Branchentypischer Anwendungsfall: Versicherungsträger

Ein Versicherungsträger sieht sich verschiedenen organisatorischen Herausforderungen gegenüber. Er muss große Mengen an unternehmenseigenen Daten sowie Daten von Drittanbietern verwalten und gleichzeitig die Zufriedenheit der Versicherungsnehmer:innen sicherstellen, indem er ihnen personalisierte Angebote unterbreitet und die betriebliche Effizienz verbessert. Dazu muss das Unternehmen auf Daten aus verschiedenen Quellen (Telematik, IoT, Versicherungsbörsen, Behördendaten usw.) zugreifen und das Wettergeschehen, Risikoprofile, den Schadenverlauf sowie Prämientrends analysieren. Die Durchführung eines Datenreife-Audits ermöglicht die Implementierung von KI-gestützten Analyseplattformen für die Risikoprüfung, die Kundensegmentierung und die prädiktive Modellierung. Das Ergebnis sind integrierte Kundenprofile. Wenn jetzt ein:e Versicherungsnehmer:in anruft oder einen Chat startet, können der Versicherungsträger und seine Vertriebspartner die Customer Experience augenblicklich verbessern und personalisierte Produkte wie Versicherungspakete für Haus und Auto oder eine nutzungsbasierte Versicherung empfehlen.

Branchentypischer Anwendungsfall: Vermögensberatungsunternehmen

Ein Vermögensberatungsunternehmen verfolgt das Ziel, seinen Kund:innen maßgeschneiderte Anlageberatungs- und Finanzplanungsdienstleistungen zu bieten, neue Marktchancen zu identifizieren und seine Strategien zur Vermögensallokation zu optimieren. Dazu muss das Unternehmen die Finanzdaten seiner Kund:innen, Wertpapierbestände, Markttrends sowie Konjunkturindikatoren analysieren. Die Finanzanalyst:innen, Datenwissenschaftler:innen, Portfoliomanager:innen und Kundenbetreuer:innen des Unternehmens nutzen Analysetools für die Portfolio-Optimierung, die Risikoprüfung und die prädiktive Modellierung. Sämtliche Datenpunkte werden dazu verwendet, die finanziellen Ziele, die Risikotoleranz sowie die Anlagepräferenzen besser zu verstehen. Die Zusammenführung dieser Daten ist der erste Schritt zur Entwicklung von KI-Algorithmen, um Kundeninteraktionen, Präferenzen und Anlageergebnisse zu verfolgen und so proaktive Kundeninteraktionen sowie eine personalisierte Dienstleistungserbringung zu ermöglichen.



02 Reduzieren Sie redundante, inkonsistente Informationsquellen

Viele Unternehmen werden durch veraltete Daten ausgebremst, die in den unterschiedlichsten Formaten – Tabellen, PDFs, E-Mails und eingescannte Dokumente, um nur einige zu nennen – über eine Vielzahl von Systemen verstreut sind. Die betreffenden Daten wurden manuell von verschiedenen Mitarbeiter:innen eingegeben und stecken voller Fehler und/oder Ungereimtheiten. Die Mitarbeiter:innen müssen auf der Suche nach bestimmten Daten – beispielsweise um einen Bericht für eine:n Vorgesetzte:n zu erstellen – verschiedene Quellen durchforsten und verlieren dadurch wertvolle Arbeitszeit. Umso wichtiger ist es, mit den relevanten Stakeholdern aus allen Abteilungen zusammenzuarbeiten, um wichtige Datenquellen zu identifizieren, zu lokalisieren und zusammenzuführen. In diesem Zusammenhang kommt auch der semantischen Suche besondere Bedeutung zu. Dabei handelt es sich um eine hoch entwickelte Suchmethode, die die Absicht der Nutzer:innen hinter einer Suchanfrage berücksichtigt. Sie bereichert den Prozess der Datenintegration durch zusätzliche Intelligenz und Kontext und kann Daten auch vor dem Hintergrund von im Zeitverlauf auftretenden begrifflichen und kontextuellen Änderungen interpretieren.

Identifizieren Sie manuelle Datenprozesse aus verschiedenen Quellen

Nachdem alle Quellen identifiziert wurden, können Sie mit der Zusammenführung der Daten beginnen. Im Rahmen dieses Prozesses haben Sie die Möglichkeit, die aus verschiedenen Quellen stammenden Daten zu analysieren und redundante Datenpunkte, Abweichungen und Ungereimtheiten zu eliminieren. Außerdem ist es wichtig, einen Data-Governance-Plan zu erarbeiten. Dieser regelt, nach welchen Richtlinien Unternehmen Daten erfassen, verwalten und speichern. Für eine erfolgreiche Customer und Employee Experience, die in jeder einzelnen Interaktion durch Vertrauen geprägt ist, ist ein solcher Plan unerlässlich. Entscheidungsfindungsprozesse müssen transparent, gerecht und frei von Vorurteilen sein (besonders wichtig u. a. bei der Beurteilung der Kreditwürdigkeit), um nachhaltiges Vertrauen zu schaffen.

Machen Sie sich Business-Intelligence-Tools zunutze

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Entscheidung für eine gute Business-Intelligence-Software mit Visualisierungstools, die es Ihnen ermöglichen, über eine zentrale Informationsquelle alle benötigten Informationen aus Ihren Daten herauszuholen. Empfehlenswert ist eine Technologie, die Daten aus beliebigen Produkten und Systemen miteinander verbinden und zu einer 360-Grad-Sicht auf jede:n einzelne:n Kund:in zusammenführen kann. Im Idealfall macht sich diese Technologie KI zunutze, um Ihr Team dazu in die Lage zu versetzen, anhand von Daten und Erkenntnissen aus bestehenden Prozessen und Anwendungen die jeweils richtigen Entscheidungen zu treffen. Business-Intelligence-Tools bieten außerdem die Möglichkeit, die Standardisierung von Datenformaten und Definitionen zu priorisieren und Eingabemethoden zu automatisieren, um einen zuverlässigen Datensatz zu erstellen.



03 Erzählen Sie die ganze Geschichte

Die zusammengeführten Daten erzählen eine Geschichte. Es liegt jedoch an Ihnen, dieser Geschichte eine Struktur zu verleihen. Jetzt, da Sie einen umfassenden Überblick über Ihre Daten haben, können Sie festlegen, welche konkreten Fragen beantwortet werden sollen. Die Datenintegration erzeugt eine zentrale Informationsquelle und führt Geschäftsziele und IT zusammen. Dadurch erhalten Ihre Teams sämtliche Tools, die sie benötigen, um ihre Ziele zu erreichen. Sicherheit muss dabei oberste Priorität haben, insbesondere wenn es um die Integration vertraulicher Kundendaten geht. Jedwede Datenschutzverletzung, und sei sie auch noch so klein, untergräbt das Kundenvertrauen und lässt das Erreichen Ihrer übergreifenden strategischen Ziele in weite Ferne rücken. Der Schutz Ihrer Kundendaten muss an erster Stelle stehen.

Vereinfachen Sie Ihre Vorgehensweise durch einen rollenbasierten Ansatz

Die Konzentration auf bestimmte Mitarbeiterfunktionen ermöglicht die Beantwortung der wichtigsten Fragen (z. B. „Empfehlen wir unseren Kund:innen die am besten geeigneten Finanzinstrumente?“, „Ist unser Kundenservice optimiert?“, „Haben unsere Analyst:innen eine 360-Grad-Sicht auf den:die Kund:in?“). Um Ineffizienz vorzubeugen, müssen die aggregierten Daten jedoch auf das Wesentliche reduziert werden, d. h. auf das, was zur effektiven Beantwortung von Fragen für die jeweilige Rolle erforderlich ist. Mit anderen Worten, Sie müssen verhindern, dass Ihre Mitarbeiter:innen von der schieren Menge an Dashboards und/oder Daten erschlagen werden oder sich mühsam durch verschiedene Grafiken klicken müssen, um die benötigten Antworten zu finden. Bei der Beantwortung rollenspezifischer Fragen ist es ein Leichtes, die gewünschten Antworten auf einem einzigen Bildschirm zu präsentieren.

Entwickeln Sie Richtlinien für die Weitergabe von Daten an Kund:innen und Anbieter:innen

Mit zunehmender Reife Ihrer Datenstrategie treten immer mehr wertvolle Erkenntnisse zutage. Es versteht sich von selbst, dass Ihre Mitarbeiter:innen daran interessiert sind, Kund:innen an diesen Erkenntnissen teilhaben zu lassen, um den Mehrwert zu veranschaulichen. An dieser Stelle kommt Ihr Data-Governance-Plan ins Spiel. Sie sollten stets den Überblick über den aktuellen Stand der Datensicherheit im Zusammenhang mit den personenbezogenen Daten von Kund:innen oder wichtigen unternehmenseigenen Daten behalten, um Datenschutzverletzungen zu verhindern und nicht gegen Branchenstandards und -vorschriften zu verstoßen.



Überprüfen Sie Ihren Data-Governance-Plan

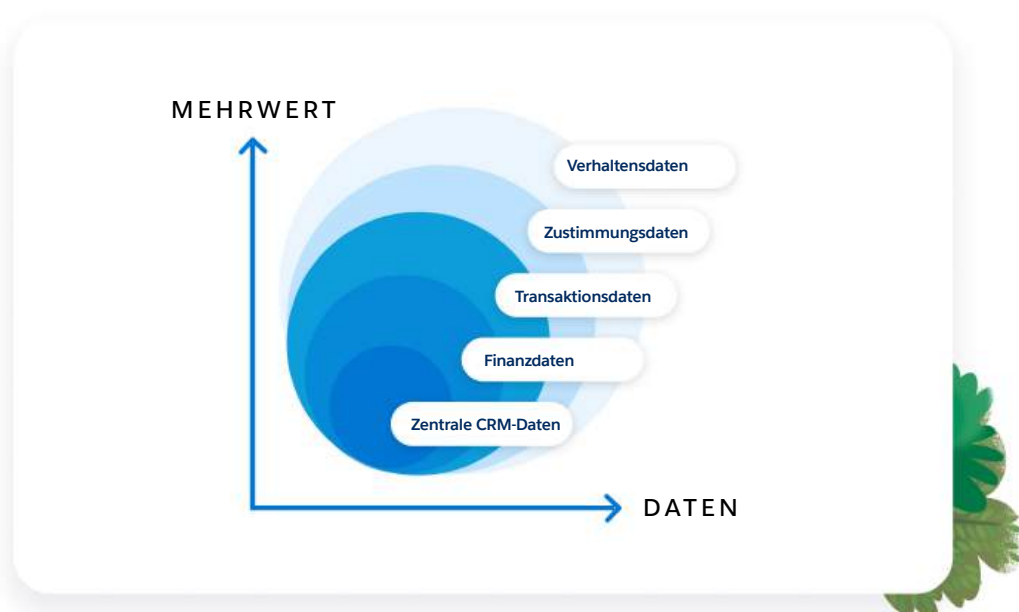
[Daten-Governance](#) bezieht sich auf die Regeln bzw. Richtlinien, nach denen Unternehmen Daten erfassen, verwalten und speichern. Eine effektive Daten-Governance ist wichtig, da sie von zentraler Bedeutung für eine positive Customer und Employee Experience ist, die in jeder einzelnen Interaktion durch Vertrauen geprägt ist. Außerdem trägt sie dazu bei, Redundanzen und Datenschutzverletzungen zu reduzieren und die Einhaltung der geltenden Branchenstandards und -vorschriften sicherzustellen. Entscheidungsfindungsprozesse müssen transparent, gerecht und frei von Vorurteilen sein (besonders wichtig u. a. bei der Beurteilung der Kreditwürdigkeit), um nachhaltiges Vertrauen zu schaffen.

Sichere Dateninfrastruktur und Prozesse

Es ist unerlässlich, Sicherheits-Best-Practices anzuwenden und die Sicherheit Ihrer Daten mit den verfügbaren Tools zu erhöhen. Bei Salesforce geschieht dies durch die Implementierung [technischer Sicherheitsmaßnahmen](#), u. a. durch Schutzvorkehrungen gegen Systemschwachstellen, die logische Trennung von Kundendaten, eine robuste Netzwerksicherheit, die Verschlüsselung von Daten während der Übermittlung sowie Möglichkeiten zur Verschlüsselung inaktiver Daten. Außerdem sind in der Finanzdienstleistungsbranche Cybersicherheitslösungen, die Bedrohungen wie Datenschutzverletzungen erkennen und die Ausarbeitung von Reaktionsplänen unterstützen, von besonderer Bedeutung.

Due Diligence und fortlaufende Überprüfung

Im Rahmen von Due-Diligence-Tätigkeiten ist es wichtig, ein klares Verständnis der gewählten [Datenmanagement-Plattform](#) sowie der zugrunde liegenden Architektur zu gewinnen. Anschließend gilt es, mithilfe des zugehörigen Frameworks, der zugehörigen Tools und Maßnahmen die Einhaltung der geltenden Regeln und Vorschriften zu gewährleisten und diese durch fortlaufende Überprüfung nachzuweisen.



04 Gewinnen Sie intelligente Erkenntnisse

Ihre Ziele stehen fest, Sie haben die relevanten Stakeholder mit ins Boot geholt, Ihr Team, Ihre Daten und Ihre Plattform sind einsatzbereit und Sie verfügen über eine sichere Dateninfrastruktur sowie sichere Prozesse. Als Nächstes müssen Sie das Potenzial Ihrer Strategie mit Ihren integrierten Kundendaten, KI und Automatisierung freisetzen. Der Salesforce-Ansatz „CRM + KI + Daten + Vertrauen“ bedeutet, dass Ihre Daten eine Geschichte erzählen, die von Ihren Kund:innen und deren Bedürfnissen handelt. Auf dieser Grundlage können Sie sichere, anpassbare, auf prädiktiver und generativer KI basierende Experiences für alle Geschäftsanforderungen erstellen.

Erhalten Sie im Handumdrehen alle wichtigen Informationen

Erhöhen Sie die Produktivität jeder einzelnen Kundeninteraktion, indem Sie Ihre Frontoffice-Mitarbeiter:innen dazu in die Lage versetzen, wichtige Erkenntnisse über ihre Kund:innen und deren finanzielle Bedürfnisse zutage zu fördern. Prädiktive KI und Algorithmen ermöglichen Prognosen zu Trends, Kundenverhalten und Marktdynamik. Stellen Sie automatisierte Selfservice-Optionen wie Chatbots oder KI-gestützte Website Journeys bereit, um Kosten zu sparen. KI-gestützte Erkenntnisse bieten Kundenserviceteams eine 360-Grad-Sicht auf den:die Kund:in, um die Problemlösung zu beschleunigen oder Kund:innen zu den für sie relevanten Informationen zu führen.

Reduzieren Sie Ihren IT-Fußabdruck

Nachdem die Dateninfrastruktur Ihres Unternehmens steht, können Sie ein sofort einsatzbereites CRM implementieren, das über speziell für die Finanzdienstleistungsbranche konzipierte KI- und Sicherheitsfunktionen verfügt. Dank vorgefertigter Automatisierungen, integrierter Compliance sowie der einfachen Integration mit anderen Plattformen und Daten profitieren Sie von Einsparungen bei den Entwicklungskosten.

Setzen Sie neue Maßstäbe für die Personalisierung

Erhöhen Sie die Kundentreue und -bindung mit personalisierten Experiences, die sich Finanzdaten in Echtzeit zunutze machen. [Personalized Financial Engagement](#) versetzt Finanzinstitute dazu in die Lage, Daten aus verschiedenen Systemen zu integrierten Kundenprofilen zusammenzuführen und mithilfe von generativer KI hochgradig automatisierte, intelligente Customer Journeys in großem Umfang bereitzustellen.

Optimierte Next-Best-Action-Empfehlungen

Der Grad der Datenreife hat unmittelbaren Einfluss auf die Differenziertheit und Effektivität von Next-Best-Action-Empfehlungen. Mit zunehmender Datenreife profitieren Sie von immer genaueren Prognosen, können Ihre Interaktionen gezielter personalisieren und tragen dadurch zu einer kontinuierlichen Steigerung der Kundenzufriedenheit bei. Die Integration von erweiterten Analysen mit Echtzeit-Verarbeitung und fortlaufender Datenoptimierung führt automatisch zu immer besseren Next-Best-Action-Empfehlungen. Damit setzen Sie völlig neue Maßstäbe in Bezug auf Kundeninteraktionen.

05 Transformieren Sie Ihr Unternehmen

Echte Datenreife ist ein Ziel, auf das Unternehmen beständig hinarbeiten. In diesem Stadium ist das maschinelle Lernen in vollem Gange, Ihre Daten sind bereinigt und integriert und Ihre Teams verfügen über die erforderlichen Kompetenzen. Sie haben manuelle Routineaufgaben automatisiert, damit sich Ihre Teams auf höherwertige Aufgaben konzentrieren können und Ihr Unternehmen verwendet Algorithmen für erkenntnisgestützte Entscheidungen, KI-gestützte Prognosen und Next-Best-Action-Empfehlungen, um die Kundenzufriedenheit zu erhöhen. Mit anderen Worten, Ihr Unternehmen hat sich in ein regelrechtes Kraftwerk verwandelt, dessen wichtigster Treibstoff Daten sind. Es gibt jedoch einige weitere Schritte, die Sie unternehmen können, um Ihr Geschäft noch stärker zu optimieren.

Proaktives und reaktives Verhalten

Jetzt, da KI zu einem integralen Bestandteil Ihres Unternehmens geworden ist, können Sie sicherstellen, dass nicht nur reaktive, sondern auch proaktive Maßnahmen ergriffen werden. So kann KI Ihr Team beispielsweise darauf aufmerksam machen, dass ein:e potenzielle:r Kund:in sich gerade Ihre Webseite ansieht und sogar die konkreten Produkte benennen, für die sich der:die Kund:in interessiert. Ohne Datenreife, welche die Grundlage für KI bildet, hätte Ihr Unternehmen keinen Zugang zu diesen Erkenntnissen. Wenn jetzt ein Mitglied Ihres Vertriebsteams Kontakt zu dem:der potenziellen Kund:in aufnimmt, verfügt er:sie über wertvolle Informationen aus diesen Interaktionen, die andernfalls fehlen würden. Die integrierte KI kann aber noch mehr: Sie kann Ihrem Vertriebsteam proaktiv Empfehlungen geben, die zu einer erfolgreichen Interaktion mit dem:der potenziellen Kund:in beitragen.

Unterstützen Sie Ihr Team dabei, sich neuen Herausforderungen zu stellen

Diese Art von digitaler Transformation kann unter Ihren Mitarbeiter:innen die Angst hervorrufen, früher oder später durch die leistungsstarke Technologie ersetzt zu werden. Daher ist es wichtig, Ihre Mitarbeiter:innen dabei zu unterstützen, die Vorteile der Technologie zu erkennen und sich neue Fähigkeiten anzueignen, die es ihnen ermöglichen, anstelle von Routineaufgaben innovative Projekte mit einem echten Mehrwert für Ihr Unternehmen zu bearbeiten.

Branchentypischer Anwendungsfall: KI-gestützte Finanzberatung

Ein KI-gestütztes Finanzberatungstool kann die Finanzdaten, die Anlagepräferenzen und die Risikotoleranz von Kund:innen analysieren, personalisierte Anlagestrategien vorschlagen und Kund:innen bei der Finanzplanung unterstützen – beispielsweise wenn es darum geht, für eine anstehende Reise oder einen Hauskauf zu sparen. KI kann die Bedürfnisse von Kund:innen anhand ihres Profils und Anlageverlaufs identifizieren und ausgehend vom zeitlichen Horizont, der dem:der Kund:in vorschwebt, entsprechende Anlageempfehlungen geben. Je länger der zeitliche Horizont, desto höher ist in der Regel auch die Risikotoleranz. Außerdem können integrierte KI-Funktionen das Kundenbeziehungsmanagement und die Verfolgung der Wertentwicklung unterstützen und tragen dadurch zu positiveren Kundeninteraktionen sowie einer erhöhten Kundenzufriedenheit bei.



Branchentypischer Anwendungsfall: Mitarbeiter:in im Kontaktcenter einer Bank

KI-gestützte Erkenntnisse liefern Mitarbeiter:innen in Echtzeit die erforderlichen Informationen, um im Rahmen von Kundenserviceinteraktionen Kundenbedürfnisse vorwegzunehmen und proaktiv zu erfüllen. Beispiel: Ein:e Kund:in ruft bei seiner:ihrer Bank an, um den Verlust einer Kreditkarte zu melden und eine neue Karte zu beantragen. Bisher lief das Ganze so ab, dass der:die Kontaktcenter-Mitarbeiter:in zunächst die verlorene Karte sperrt/ kündigt, dann eine neue Karte beantragt und das Gespräch beendet, sobald die Ausstellung der neuen Karte in Auftrag gegeben wurde. KI verwandelt das Gespräch jedoch in eine wertvolle Chance, dem:der Kund:in proaktiv etwas Gutes zu tun, das seine:ihre Erwartungen übertrifft. Beispielsweise kann auf dem Mitarbeiterbildschirm der Hinweis eingeblendet werden, dass der:die betreffende Kund:in die Voraussetzungen für eine finanziell vorteilhaftere Kreditkarte erfüllt. Der:die Mitarbeiter:in hat nun die Möglichkeit, ein alternatives Produkt vorzuschlagen, das den Kundenbedürfnissen besser gerecht wird. Dem:der Kund:in wird dadurch das Gefühl vermittelt, dass seine:ihre Bank seine:ihre Bedürfnisse wirklich versteht und ehrlich daran interessiert ist, seine:ihre Finanzsituation zu verbessern – was wiederum positive Auswirkungen auf die Kundenzufriedenheit und -treue hat.

Branchentypischer Anwendungsfall: Versicherungsmakler

Versicherungsmakler müssen Daten aus einer Vielzahl von Quellen zusammenstellen und verwalten, was mit einigen Herausforderungen verbunden ist. Eines der größten Probleme ist dabei der Umstand, dass die benötigten Daten über viele verschiedene Datenspeicher und Agentursysteme verteilt sind. Um nennenswertes organisches Wachstum zu fördern und Versicherungsträger und Kund:innen von ihrem Wert zu überzeugen, müssen Versicherungsmakler isolierte bzw. unvereinbare Altsysteme eliminieren und mithilfe von Echtzeitdaten umfassende Kundenprofile erstellen. Ein Datenreife-Audit kann diese Unternehmen dabei unterstützen, KI-gestützte Vertriebs-, Kundenservice- und Marketingfunktionen bereitzustellen. Beispielsweise können Versicherungsmakler – unterstützt durch eine KI-Plattform – vielversprechende Verkaufschancen priorisieren, personalisierte Kundenservice-/Deckungsempfehlungen geben, das Abwanderungsrisiko minimieren und Beziehungen zu Versicherungsträgern optimieren.





Personalisierte digitale Plattform der Mascoma Bank verwandelt Kundendaten in KI-gestützte Erkenntnisse

Die Mascoma Bank bietet ihren Kund:innen eine große Auswahl an Finanzdienstleistungen, u. a. in den Bereichen Einlagenprodukte, Kredite, Firmenkundengeschäft, Versicherungen und Vermögensverwaltung. Zeitaufwendige, isolierte Systeme und Prozesse, u. a. E-Mail und manuelle Kommunikation, erwiesen sich als ineffizient und hinderten die Bank daran, ihren Kund:innen einen personalisierten Service zu bieten.

Inzwischen nutzt Mascoma die Financial Services Cloud, um zahlreiche veraltete, aus mehreren Schritten bestehende Prozesse zu automatisieren. Dadurch gelingt es der Bank immer häufiger, Kundenanliegen bereits beim ersten Kontakt zu klären. Außerdem plant die Bank, sich die integrierten Daten ihrer Kund:innen zunutze zu machen, um mithilfe von KI wertvolle Erkenntnisse zu gewinnen. Die Financial Services Cloud bietet Mascoma eine zentrale Plattform, die für alle Mitarbeiter:innen zugänglich ist und ihnen eine 360-Grad-Sicht auf Kund:innen sowie ihre Beziehung zur Bank ermöglicht. Mitarbeiter:innen aller Filialen erhalten die für eine erfolgreiche Kundeninteraktion relevanten Informationen, ohne dass der:die Kund:in sich gegenüber verschiedenen Mitarbeiter:innen wiederholen muss. Darüber hinaus versetzt die Plattform Mitarbeiter:innen dazu in die Lage, proaktiv Empfehlungen auszusprechen und Cross-Selling-Gelegenheiten wahrzunehmen – eine Funktion, die mit zunehmender Integration von KI weiter ausgebaut wird.

Mascoma Bank verhilft Kund:innen mit Daten zu finanziellem Erfolg

- Ein integriertes System zur Aufzeichnung aller Kundendaten
- Erfolgreiche Umwandlung manueller Ticketsysteme für acht Geschäftsbereiche in automatisierte Ticketwarteschlangen
- Konsolidierung von Datenverwaltungsprozessen, um Effizienzsteigerungen zu erzielen und die Customer Experience zu verbessern
- Schnelle Identifizierung häufiger Kundenprobleme mithilfe von Callcenter-Tagging
- Überführung von 800 User Stories in 100 automatisierte Workflows
- Bearbeitung von so vielen Kreditanträgen in 13 Tagen wie sonst in einem Jahr

Personalisierte Experiences in großem Maßstab mit CRM + KI + Daten + Vertrauen

Hallo Sarah!
Hier ist ein
Anlageplan für dich.

[Zum Plan](#)



Personalisierte Experiences in großem Maßstab mit CRM + KI + Daten + Vertrauen

Datenreife für eine erfolgreiche KI-Implementierung erfordert eine strategische und systematische Herangehensweise vom ersten bis zum letzten Schritt, das Festlegen von Unternehmenszielen, die Implementierung von Governance- und Sicherheitsmaßnahmen und schließlich die Einführung einer generativen CRM-Lösung. Die Investition in diese Datengrundlage lohnt sich in jeder Hinsicht: Sie ermöglicht KI-gestütztes Wachstum, fördert Innovation und trägt zur Steigerung der Kundenzufriedenheit bei.

Bei Salesforce [kennen wir uns mit vertrauenswürdiger KI aus](#). Der nächste Schritt besteht darin, sicherzustellen, dass KI für das Finanzdienstleistungswesen Fragen präzise und fachmännisch beantworten kann. Dies wollen wir durch vorgefertigte KI-Aktionen in Verbindung mit der semantischen Suche der Data Cloud erreichen.

Data Cloud für die Financial Services Cloud verbindet und integriert Kundendaten – u. a. Interaktions-, Verhaltens- und Transaktionsdaten – systemübergreifend, um Finanzinstituten integrierte Kundenprofile und Erkenntnisse in Echtzeit zur Verfügung zu stellen. Beispielsweise können Bankmitarbeiter:innen automatisch benachrichtigt werden, wenn Kund:innen hohe Summen auf ihrem Girokonto geparkt haben. Die Mitarbeiter:innen können die betreffenden Kund:innen dann proaktiv ansprechen, um die Überweisung des Guthabens – oder zumindest eines Teils davon – auf ein Tagesgeld- oder anderes Konto mit höheren Zinsen vorzuschlagen.

”

Durch die Integration der Financial Services Cloud mit der Data Cloud erhalten Bankmitarbeiter:innen einen umfassenden Überblick über die gesamte Kundenbeziehung zur Bank und können Aktivitäten, die einzelne Kund:innen und ihre Konten betreffen, besser verstehen. Indem wir Salesforce als zentrales System zur Aufzeichnung aller Kunden-, Konto- und Transaktionsdaten einsetzen, können unsere Mitarbeiter:innen ihre Kund:innen besser beim Erreichen ihrer finanziellen Ziele unterstützen.

Samantha Pause

Chief Brand and Innovation Officer bei der Mascoma Bank



Die Data Cloud nutzt die in Salesforce integrierte Einstein KI, um Erkenntnisse und Empfehlungen zu generieren und macht sich zudem die leistungsstarken Automatisierungsfunktionen von Flow zunutze. Dies bildet die Grundlage für das erste Echtzeit-CRM.

Mit der Financial Services Cloud können Unternehmen ihre Kundendaten vernetzen und harmonisieren. Die Data Cloud für das Finanzdienstleistungswesen wurde speziell für die Salesforce Plattform entwickelt und bietet Ihren Vertriebs-, Kundenservice-, Marketing-, Commerce- und anderen Teams eine 360-Grad-Sicht auf den:die Kund:in. Dank der integrierten Automatisierungs- und KI-Funktionen können Sie die Effizienz steigern und Risiken reduzieren, indem Sie Geschäftsprozesse kanalübergreifend wiederverwenden und die Datenerfassung, Dokumentenerstellung sowie Workflows automatisieren. Die Lösung lässt sich spielend leicht in andere Plattformen für das Banken- und Versicherungswesen integrieren, um Finanz-, Transaktions- und Kundendaten miteinander zu verbinden, und berücksichtigt Best Practices rund um das Thema Datenschutz und -sicherheit, um die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften zu gewährleisten. Ihr Unternehmen profitiert von schnelleren Ergebnissen, beschleunigter Innovation und Kosteneinsparungen.





Die in diesem Bericht enthaltenen Informationen sollen unsere Kund:innen unterstützen und sind rein informativer Natur. Eine Veröffentlichung durch Salesforce Inc. stellt keine Empfehlung dar. Salesforce garantiert weder die Fehlerfreiheit noch die Vollständigkeit der Informationen, Texte, Grafiken, Links und sonstigen Inhalte in diesem Leitfaden. Salesforce garantiert nicht, dass Sie durch Befolgung der Tipps aus dem Report bestimmte Ergebnisse erzielen. Für Ihre ganz spezifischen Fragestellungen ist es unter Umständen empfehlenswert, Expert:innen aus dem jeweiligen Fachgebiet zurate zu ziehen (z. B. Rechtsberatung, Buchhaltung, Systemarchitektur, Unternehmensberatung oder Technik).

© Copyright 2024, Salesforce, Inc. Alle Rechte vorbehalten.