

Mobile Authentifizierung

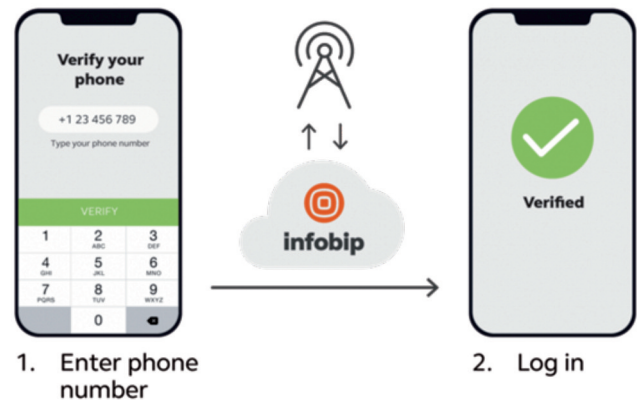
DIE NEUE SUPERKRAFT FÜR DIE CUSTOMER EXPERIENCE

Eine wichtige Station in der digitalen Customer Journey ist die Feststellung der Kundenidentität. Ausgangspunkt für Technologien zur Identitätsfeststellung ist die Betrugserkennung und damit die Betrugsprävention. Und natürlich sind die Umsatzseite eines Unternehmens und der Schutz vor finanziellen Verlusten elementar, aber es zeigt sich, dass das nur ein Aspekt des Gesamtbilds ist und dass moderne Technologien mehr bewirken als die Abwehr krimineller Akteure.

Denn auf der anderen Seite des Cyberkriminellen steht der Kunde, der sich durch manche Verfahren auch abgewehrt fühlt und damit in Hinsicht auf die Customer Experience oft klar zu kurz kommt. Dabei wissen wir, dass die Customer Experience ein Wettbewerbsfaktor ist und daraus ergibt sich, dass auch eine kundenorientierte Online-Authentifizierung als strategisches Unterscheidungsmerkmal immer wichtiger wird.

Immer mehr Menschen sind bereit, Transaktionen online vorzunehmen - vor allem über mobile Endgeräte. Viele akzeptieren auch, dass es aus Sicherheitsgründen bestimmte Hürden geben kann, die sie zu nehmen haben: Hürden wie die Zwei-Faktor-Authentifizierung, das Ausfüllen von Formularen, um sich für Dienste zu registrieren, und die E-Mail-Verifizierung. Aber es gibt auch viele, die sich davon abschrecken lassen und Transaktionen schon bei der ersten oder zweiten Hürde abbrechen. Etwas „fast sofort“ zu bekommen reicht ihnen nicht, sie wollen manches sofort. Jede abgebrochene Transaktion bedeutet für ein Unternehmen potenziellen Umsatzverlust. Deshalb sollten sie die digitale Identifizierung und Authentifizierung vereinfachen. Die Lösung liegt auf der Hand oder vielmehr auf der Hand der Kunden: Das Mobiltelefon.

Mobile Identity - der Prozess der Verifizierung der Identität eines Benutzers über sein mobiles Endgerät unter Verwendung von Sitzungsdaten, die von seinem Mobilfunkanbieter (MNO) sicher gespeichert werden, ist der Goldstandard der Authentifizierung. Mobile Identity verifiziert die Identität des Benutzers mit verschiedenen Mitteln, darunter: Silent Mobile Verification (SMV), Know Your Customer (KYC), SIM-Swap Detection und Instant Form Filling. Alle diese Funktionen sind automatisch, sie laufen im Hintergrund und werden anhand von Informationen von zweifelsfreier Qualität abgeglichen. In Deutschland arbeitet Infobip hier bereits



Mobile Identity: Silent Mobile Verification in weniger als 5 Sekunden

mit MNO wie Telekom Deutschland zusammen. Richtige mobile Authentifizierung bietet eine Reihe von Vorteilen, da sie die Identität des Kunden während der gesamten Customer Journey kontinuierlich validiert. Außerdem ermöglicht sie ein schnelleres und bequemer Onboarding mit sofortigem Ausfüllen von Formularen. Gleichzeitig kann die mobile Authentifizierung die Einhaltung der DSGVO sicherstellen, da die Authentifizierungsdienste auf einem benutzerzentrierten Ansatz basieren, der sicherstellt, dass weder Unternehmen noch MNO etwas Neues über den Endbenutzer erfahren, abgesehen von den Informationen, über die sie bereits verfügen.

Verbraucherbedürfnisse entwickeln sich ständig weiter, die Menschen kommunizieren und kaufen über mobile Geräte, soziale Netzwerke und Online-Marktplätze ein. Unternehmen wissen um den Wert von Omnichannel und wie wichtig es ist, Kunden dort zu begegnen, wo sie sind. Die Anforderung besteht darin, hierfür einen vernetzten, kontextbezogenen und sicheren Rahmen zu schaffen, in dem eine überzeugende Customer Experience und Sicherheit nicht im Widerspruch zueinander stehen.



Mareike Tatic
Sales Director DACH
Mareike.Tatic@infobip.com



infobip