

Benutzerfreundlichkeit macht den Unterschied

Starke Kundenauthentifizierung als Kundenbindungsinstrument. Als Folge von PSD2 wird eine Flut neuer Authentifizierungsanforderungen von einer ganzen Reihe seriöser, aber auch betrügerischer Quellen auf Konsumenten zukommen. Ganz klar ist, dass Kunden zukünftig eine deutlich aktivere Rolle einnehmen werden.



Autor:
Uwe Härtel,
Country Manager
Central Europe
beim FinTech
Entersekt

Die wichtige Frage ist dabei: Wie können Finanzinstitutionen, Zahlungsanbieter und Datenaggregatoren diesen Prozess für Kunden so einfach wie möglich gestalten? Zunächst wirken die Regelungen abschreckend und es wird vielfach befürchtet, dass die vorgeschriebene Zwei-Faktor-Authentifizierung zu deutlich geringerer Nutzerfreundlichkeit führt, was am Ende bewirkt, dass Kunden sich von ihrer Bank abwenden.

Überzeugende Anwendererfahrung bieten

Das muss nicht sein. Die Bank muss dafür allerdings eine überzeugende Anwendererfahrung bieten. Sie muss dem Kunden die Durchführung von Transaktionen zu jeder Zeit und an jedem Ort auf einfache und sichere Art und Weise ermöglichen. Aus mehreren Jahrzehnten der Bereitstellung digitaler Services weiß man, dass Menschen einfache und intuitive Anwendungserfahrungen bevorzugen, die Zeit sparen und Unsicherheiten vermeiden. Erfolgreiche Lösungen involvieren und informieren den Kunden und geben ihm das Gefühl, Kontrolle über den gesamten Prozess zu ha-

ben. Sind all diese Faktoren erfüllt, wird die Kundenbeziehung mit jeder Transaktion sogar noch gestärkt.

Anwendererfahrung konsistent über alle Kanäle

Kunden bevorzugen Authentifizierungssysteme, die gleichermaßen über alle Kanäle hinweg funktionieren. Sie möchten immer dieselben wenigen Schritte durchführen, sowohl für vom Mobilgerät initiierte Transaktionen wie auch für PC-basierte E-Commerce-Zahlungen, kartenlose Geldabhebungen am Automaten, Remote-Anmeldungen, Interaktionen mit dem Call Center, Zugriff auf Unternehmensressourcen und eine Reihe weiterer digitaler Vorgänge. Zu jedem Zeitpunkt wollen Anwender ganz genau wissen, welcher Schritt als nächstes zu erwarten ist. Ist der Authentifizierungsprozess über alle Kanäle hinweg konsistent, baut der Kunde Vertrauen zu dem System auf, das er kennt und immer gleichermaßen anwenden kann.

SCA als Kundenbindungsinstrument

Viele Organisationen haben davor gewarnt, dass die SCA-Anforderungen von PSD2 dem Zahlungssystem schaden und die Verbreitung des mobilen Kanals verlangsamen werden. Dem stimmen wir nicht zu. Es ist im Gegenteil sogar möglich, die Verbreitung eines Kanals durch eine reibungslose Freigabemethode für Zahlungen und den Kontozugriff durch Dritte zu beschleunigen. Entersekt hat vielfach beobachtet, wie gut konzipierte und umgesetzte Authentifi-

zierung das Vertrauen in Marken und Kanäle steigert, Kundenloyalität intensiviert, Kosten senkt und den Umsatz erhöht. SCA ist der Dreh- und Angelpunkt für den Aufbau von Vertrauen bei den Kunden und ihre Bereitschaft, die angebotenen Services der Bank mehrfach täglich in den verschiedenen Bereichen zu nutzen – weil es einfach, sicher und bequem ist. So entstehen Wettbewerbsvorteile, aus denen die Bank zusätzliche Umsätze generieren kann. Eine kundenfreundliche, sichere mobile Lösung bildet ein zukunftssicheres Fundament und ist gleichzeitig der Schlüssel zu neuen und innovativen Servicemöglichkeiten.

Nutzerfreundliche SCA setzt auf das Mobiltelefon

In Zukunft braucht der Kunde für das Auslösen der Transaktion und deren Authentifizierung nur noch das Mobilgerät. Wenn dieses Gerät über ein individuelles, hardware-gebundenes digitales Zertifikat eindeutig identifiziert werden kann und gleichzeitig sichergestellt ist, dass nur der Besitzer Zugriff auf die zum Gerät gesendeten sensiblen Informationen hat, haben Finanzunternehmen den zuverlässigsten Authentifizierungsfaktor – Besitz – vollständig abgedeckt. Für den Kunden entsteht dadurch keinerlei Aufwand. Der zweite Faktor kann ein biometrisches Verfahren oder eine simple PIN-Erfassung sein. Mit dieser Kombination lässt sich nicht nur die erforderliche PSD2-konforme starke Sicherheit erzielen, sondern auch eine reibungslose Anwendungserfahrung, die optimal zum Mobile-First Verständnis der Kunden passt.