



Conversational Banking

Masterthesis

Human Computer Interaction Design 2022/2023
Ostschweizer Fachhochschule OST Rapperswil

Praxispartnerin



Auftraggeber

Marco Looser

Team

Susanne Santarsieri | Lydie-Joëlle Chambrier | Sonja Frey

Coach

Elam Agam

Co-Coach

Marcel Uhr

Abstract

Die Masterarbeit «Conversational Banking» behandelt die Kommunikation zwischen Privatkundinnen und -kunden und dem Beratungscenter der Thurgauer Kantonalbank (TKB). Anhand einer extensiven Nutzerforschung wird untersucht, wie die Kundschaft mit der Bank kommunizieren möchte und welche digitalen Kommunikationskanäle dabei bevorzugt werden. Dies bildet die Grundlage, um aufzuzeigen, wie die digitalen Kommunikationskanäle der TKB in Zukunft weiterentwickelt werden sollen.

Die Vorgehensweise orientiert sich primär an Collaborative UX Design [Steimle und Wallach 2018] und wird durch Methoden aus Goal Directed Design [Goodwin 2009] ergänzt. Die Sichtweise der Kundenseite wird mittels halbstrukturierter Interviews und zwei Online-Umfragen erforscht, während die Bedürfnisse des Beratungscenters anhand eines Contextual Inquiry und halbstrukturierter Interviews ermittelt werden.

Anfänglich wird vermehrt auf den Live-Chat fokussiert, welcher vor zwei Jahren eingeführt wurde. Es zeigt sich, dass das Produkt aus verschiedenen Gründen nicht benutzerfreundlich ist. Aufgrund dessen ist der Live-Chat selten aufgeschaltet und wird von der Kundschaft nicht als Kontaktkanal genutzt oder wahrgenommen. Die Voraussetzungen für eine funktionierende Chat-Lösung sind in den Ergebnissen dargestellt.

Aus der Nutzerforschung entstehen fünf validierte Personas sowie Ist- und Soll-Service Blueprints. Die Personas der Kundschaft zeigen, dass das Bedürfnis, Bankangelegenheiten selbstständig zu erledigen, immens ist. Die Bank wird lediglich bei Problemen oder Beratungsbedarf kontaktiert. Für jede Persona ist die Wahl des Kommunikationskanals individuell und erfolgt unter Berücksichtigung mehrerer Parameter, unter anderem der Dringlichkeit und Komplexität der Anfrage sowie der Erreichbarkeit und persönlichen Präferenz. Dieser Prozess wird als Entscheidungsbaum abgebildet.

Unter den identifizierten Opportunity Areas ist ein zentrales Problem, dass die schriftlichen Anfragen von den Kundinnen und Kunden nicht detailliert genug beschrieben werden. Dies hat zur Konsequenz, dass seitens Beratungscenter Rückfragen nötig sind. Hinzu kommt, dass die Anfragen des Kontaktformulars via E-Mail beim Beratungscenter eintreffen. Aus Datenschutzgründen darf darauf nicht mit vertraulichen Informationen reagiert werden. Daher sind OLIVIA-Nachrichten zu bevorzugen. Sie bieten eine höhere Sicherheit bei der Datenübertragung und eine direkte Verbindung zu den Kundendaten im zentralen Bankensystem. Basierend auf dieser Opportunity Area wird ein neues Konzept für das Kontaktformular der TKB-Webseite entwickelt. Dank einem integrierten Login ins Kundenportal wird es ermöglicht, die Kundschaft zu identifizieren und ihnen via OLIVIA-Nachricht zu antworten. Die Erfassung eines Anliegens wird erleichtert, indem eine Vorauswahl an Kategorien zur Verfügung steht. Das Anliegen wird anschliessend mittels Drill-Down Prinzip spezifiziert, womit minimale manuelle Eingaben erforderlich sind. Das Konzept des Kontaktformulars wird anhand eines Klickprototypen visualisiert und mit zwei Iterationen moderierter Usability Tests validiert. Das Wireframe-Design wird mit Empfehlungen zur Weiterentwicklung und einer Release-Planung abgerundet.

Einerseits zeigen die Ergebnisse der Masterarbeit die Bedürfnisse der digital affinen Kundschaft auf. Andererseits bietet das neue Kontaktformular sowohl der Kundschaft als auch dem Beratungscenter einen Mehrwert. Das Kontaktformular folgt dem Aufbau eines Dialogs und interpretiert den Arbeitstitel «Conversational Banking» auf eigenständige Art und Weise.