

SOLUTION FLYER

Data Analytics

Einsatz von AI zur Reduktion von False-positives

SMARAGD ICS (Intelligent Customer Segmentation) ermöglicht eine Segmentierung von Kunden, basierend auf ihrem tatsächlichen Zahlungsverhalten. Diese spezifische Einteilung der Kunden hat zum Vorteil, dass die Schwellenwerte des Indiz- und Szenarienmodells genauer gesetzt werden können. Änderungen im Transaktionsverhalten werden somit kontinuierlich berücksichtigt. Hierdurch reduziert sich die Anzahl der False-positives, der fälschlich auffallenden Kunden. Die Aufwände und Kosten der Alert-Bearbeitung werden dadurch erheblich gesenkt.

Highlights

- » Erhöhung der Alert-Qualität – spezifischere Schwellenwerte
- » Senkung von False-positives – Aufwands- und Kostenreduktion
- » Steigerung der Datenqualität – durch verhaltensabhängige Gruppierung der Kunden
- » Flexibel konfigurierbar – individuelle Clustering-Lösung
- » Ergebnisreport des Clusterings – nachvollziehbare Protokollierung

Ausgangssituation: Einschränkung der statischen Segmentierung

In SMARAGD MDS werden basierend auf statischen Kriterien die Kunden in Gruppen eingeteilt. Innerhalb dieser Kundensegmentierungen entdeckt SMARAGD MDS potentielle Geldwäsche durch Monitoring der Kundendaten mit Hilfe von Indizien. Diese Segmentierung spiegelt jedoch nicht das Kundenverhalten wider.

Nachteil der statischen Segmentierung am Beispiel der Kundengruppe ‚Manager‘

Transaktionswert



Vorstand
Filialleiter
Produktmanager



Schwellenwert?



False-positives

In der obigen Grafik wird das Problem der statischen Segmentierung beispielhaft dargestellt. Es gibt in der statischen Kundengruppe Manager z. B. Vorstände oder Filialeiter. Das Einkommen und damit verbunden auch das Zahlungsverhalten der Kunden ist innerhalb der Kundengruppe Manager aber unterschiedlich. Ungeachtet dessen wird je Kundengruppe und Indiz ein Schwellenwert festgelegt. Überschreitet der Kunde diesen, gilt er als auffällig und muss vom Compliance Mitarbeiter überprüft werden. Die Folge ist, dass viele Kunden auffällig werden, obwohl sie kein verdächtiges Zahlungsverhalten besitzen.

Compliance-Lösungen auf allerhöchstem Niveau



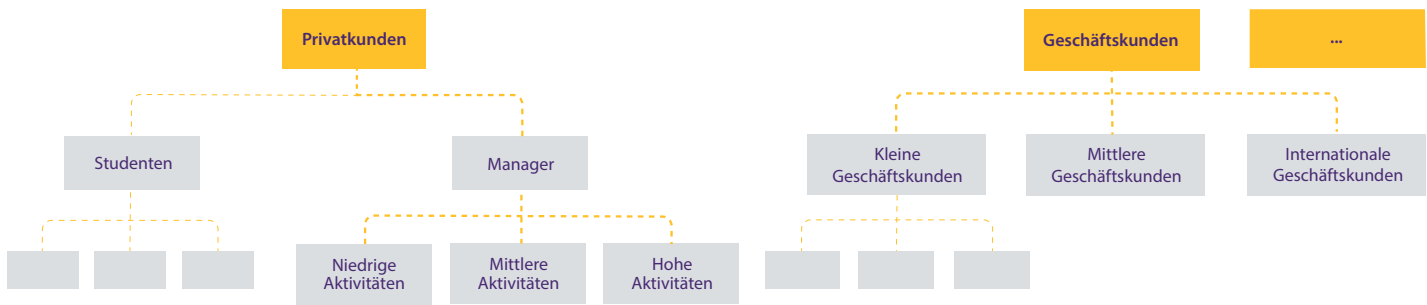
AI-LÖSUNG: CLUSTERING

Um die Qualität der Alerts zu steigern und die Summe der False-positives zu reduzieren, wird die statische Kundensegmentierung zusätzlich mit einer verhaltensbasierten Einteilung ergänzt. Der Clustering-Algorithmus klassifiziert Kunden nach dem Grad ihrer Ähnlichkeit. Einflussgrößen können z. B. Anzahl und Höhe von Bar- oder Auslandstransaktionen sowie die Gesamtheit der Transaktionen sein. In der Grafik auf Seite zwei wird die statische Kundengruppe Manager um drei Aktivitätscluster ergänzt. Wie dort dargestellt weisen Kunden im Segment „niedrige Aktivitäten“, „mittlere Aktivitäten“ und „hohe Aktivitäten“ entsprechend ein niedriges, mittleres und hohes Transaktionsvolumen auf. Kunden innerhalb eines Clusters, einer Gruppe, verhalten sich in Bezug auf ihr Transaktionsvolumen ähnlich. Eine verhaltensbasierte Einteilung der Kunden ermöglicht es, zukünftig auffällige Verhaltensänderungen rechtzeitig festzustellen.

Auf einen Blick - Data Analytics

- » Data Mining – Rückschlüsse aus Daten ziehen
- » Exploratory Analytics – Zusammenhänge und Muster in Daten erkennen
- » Predictive Analytics – Vorhersagen zukünftiger Ereignisse

Erweiterung der Kundengruppen durch Clustering



Steigerung der Datenqualität

Hervorzuheben ist, dass mit Hilfe dieser Lösung auch die Datenqualität gesteigert wird. Vor dem Clustering erfolgt für jede Kundengruppe eine „Ausreißer“-Analyse. Beobachtungen, die sehr weit von den übrigen Datenpunkten entfernt liegen und somit vom üblichen Gruppenverhalten abweichen, werden als Ausreißer identifiziert. Die Ergebnisse dieser Analyse dienen als Basis für eine Verbesserung der Datenqualität.

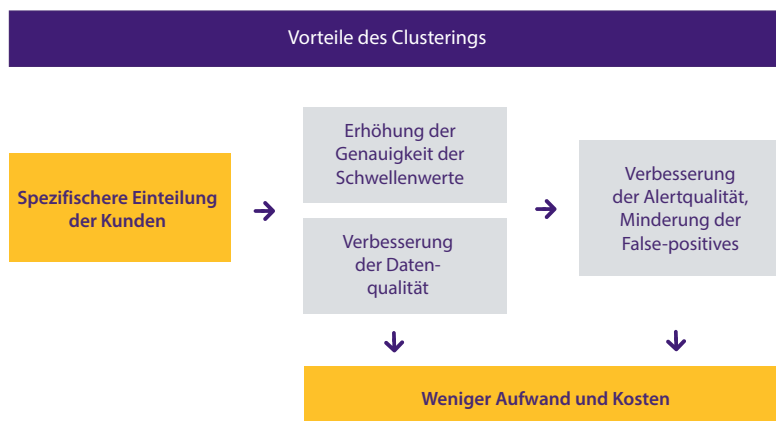
Konfiguration von SMARAGD ICS

SMARAGD ICS ist individuell konfigurierbar. Die targens Experten berücksichtigen die Anforderungen und Wünsche der Kunden, z.B.:

- » Anzahl der Cluster
- » Eingabeparameter und Dimensionen
- » Ausreißeranalyse
- » Automatisiertes Nachtrainieren des Clustering-Modells, z. B. nach einem Jahr erneut clustern
- » Zuordnung von Neukunden zu bestehenden Clustern

Zusammenfassung der Hauptvorteile des Clustering

Untenstehende Grafik fasst die Hauptvorteile des Clusterings noch einmal zusammen.



SMARAGD

Auf die Compliance-Kompetenz in Beratungs- und Implementierungsprojekten in Verbindung mit der marktführenden Software SMARAGD vertrauen 1.600 Unternehmen aus allen Branchen in mehr als 50 Ländern.

targens»

targens ist führender Anbieter von Beratung, Software- und Produktlösungen. Auf der Grundlage von sachverständiger Beratung, leistungsstarker Produkte und der Beherrschung disruptiver Technologien unterstützt das Unternehmen seine Kunden bei der Unternehmenssteuerung, ihren Handelsaktivitäten, beim Schützen ihrer Geschäftsprozesse und bei der Beschleunigung des Vertriebs Erfolgs.

Ihre Ansprechpartnerin

Ines Röder
Senior Data Scientist

Ines.Roeder@targens.de