

Heeft de consument wel behoefte aan spraaktechnologie?

Nieuwe cijfers over het gebruik en de verwachtingen van Nederlandse consumenten over spraaktechnologie.

Amsterdam, 30 maart 2020 - Pas sinds kort gaan de ontwikkelingen op het gebied van spraaktechnologie razendsnel. Het gebruik hiervan neemt steeds meer toe. Er zijn al veel gegevens te vinden over het gebruik van spraaktechnologie in de Verenigde Staten, maar [De Reputatiefabriek](#) was benieuwd naar het gebruik in Nederland. Daarom is er een eigen onderzoek gestart. Het meest opvallende uit dit onderzoek is het feit dat spraaktechnologie wel met regelmaat wordt gebruikt, maar vrijwel niet om aankopen te doen.

Algemene cijfers

Een groot deel van de respondenten heeft wel eens gebruik gemaakt van spraaktechnologie (80%). De telefoon is vooralsnog het meest populair voor het gebruik van spraaktechnologie, bijna 60% gebruikt Voice Assistant alleen via de telefoon. Maar 5% gebruikt de spraaktechnologie alleen via een smart speaker.

Voice Assistant via telefoon

Onder de telefoongebruikers maakt zo'n 26% dagelijks gebruik van de Voice Assistant. De Voice Assistant wordt voornamelijk gebruikt om iemand te bellen (63%), informatie op te vragen (61%) en muziek af te spelen (58%). De Voice Assistant wordt voornamelijk gebruikt in de slaapkamer (67%) en de woonkamer (64%). De Voice Assistant van de telefoon wordt vooralsnog vrijwel niet gebruikt om te winkelen, bijna 91% geeft aan nooit aankopen te doen via de spraaktechnologie.

Maar weinig mensen, zo'n 4%, zijn bezorgd om hun privacy bij het gebruik van de Voice Assistant. Van de niet-gebruikers van de Voice Assistant via telefoon verwacht bijna 62% misschien wel spraaktechnologie te gaan gebruiken in de toekomst. 23% stuurt aan op betere integratie met andere apps.

Voice Assistant via smart speaker

46% van de gebruikers van een smart speaker geeft aan de Voice Assistant dagelijks te gebruiken. De smart speaker staat in de woonkamer (75%), slaapkamer (49%) of badkamer (19%) en wordt het meest gebruikt om muziek op te zetten (93%), informatie op te vragen (57%) en het licht te bedienen (50%). Ook via de smart speaker wordt er amper gewinkeld, 90% geeft aan nooit iets te kopen middels de spraakherkenning van het slimme apparaat.

De meningen van de mensen die geen gebruik maken van een smart speaker zijn verdeeld: 46% gebruikt geen smart speaker omdat het al wordt gebruikt via de telefoon gebruiken en 46% vindt het hebben van een slim apparaat geen toevoeging hebben. 54% denkt in de toekomst misschien wel een smart speaker te gaan gebruiken en dat er nog stappen gemaakt kunnen worden in het verbeteren van de antwoorden (37%) en integratie met andere applicaties (31%).

Toekomst

Ruim de helft (51%) acht de kans groot dat alle zoekopdrachten in de toekomst gesproken zullen worden, maar men gelooft er nog niet echt in dat we in de toekomst geen schermen meer zullen gebruiken. Maar 21% ziet dat gebeuren. Zo'n 20% geeft aan angstig te worden van het idee dat spraaktechnologie de toekomst is.

Over Reputatiefabriek

Zoekmachine optimalisatie en content marketingbureau De Reputatiefabriek heeft afgelopen week de resultaten van dit onderzoek gepubliceerd op www.reputatiefabriek.nl. De Reputatiefabriek is een innovatief en snelgroeiend bureau waar zij klanten helpen om hun online reputatie te verbeteren met behulp van zoekmachine optimalisatie en content marketing. Zij richten zich op het samenwerken met andere onlinemarketingbureaus die hen inhuren als specialist op dit gebied.

Noot voor de redactie, niet voor publicatie

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Christina Janssen, via christina@reputatiefabriek.nl of +31 20 8932311.