

'Conversational commerce staat voor doorbraak'

12-01-2018 09:48



Spraakassistentie groeit de komende drie jaar uit tot de meest gebruikte methode voor interactie met consumenten. Daardoor zal onder meer het bezoek aan fysieke winkels verder teruglopen. Dat voorspelt Capgemini in een nieuw [rapport](#) over *conversational commerce*, waarvoor ruim vijfduizend consumenten in de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Duitsland zijn ondervraagd.

Consumenten zouden een sterke voorkeur ontwikkelen voor interactie met bedrijven via spraakondersteuning. 24 procent gebruikt nu al liever een spraakgestuurde assistent dan een website. De komende drie jaar groeit dit percentage naar veertig procent. Tegelijkertijd verkiest 31 procent dan spraakassistentie boven een bezoek aan de winkel of kantoor, tegen twintig procent nu.

De opmars van conversational commerce heeft volgens Capgemini impact op het bezoek aan fysieke winkels. Wie nu een spraakgestuurde assistent gebruikt, besteedt drie procent van zijn totale uitgaven via deze digitale methode. Over drie jaar is dat percentage opgelopen naar achttien procent, stelt het bureau. Daardoor loopt het aandeel van fysieke winkels in de 'bestedingsmix' terug van 59 naar 45 procent.

De adoptie van spraakgestuurde assistenten gaat vooral in de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk heel snel, stelt Kees Jacobs van Capgemini. "Nog sneller dan bij de smartphone. In Nederland zal dat straks niet anders zijn."

Conversational commerce zal volgens hem op korte termijn met name gedreven worden door de grote technologiebedrijven en online retailers, die daarmee nog niet actief zijn in ons land. “Naar verwachting zal een aantal van deze spelers in 2018 ook de Nederlandse markt betreden met spraakgestuurde oplossingen.”