

'Nederlandse retailers omarmen conversational commerce'

12-04-2018 14:10



Binnen drie jaar verwacht 56 procent van de Nederlandse retailers stemgestuurd winkelen aan te bieden. Het grootste deel zoekt daarbij de samenwerking met een partner, blijkt uit onderzoek van Q&A in opdracht van ABN Amro.

Op dit moment werkt één op de tien winkeliers al aan het aanbieden van spraakassistentie. De meeste retailers zien volgens de onderzoekers voldoende aanleiding om stemgestuurd winkelen te omarmen. Zo denken zij dat het aankoopproces gemakkelijker wordt, hun bedrijf toekomstbestendiger wordt en verwachten ze een sterke groei van dit koopkanaal. Van de winkeliers die nu in de voorhoede zitten, is driekwart van plan in de komende drie jaar werk te maken van spraakassistentie. Samenwerking met een partner lijkt het meest kansrijk, omdat de kosten voor veel winkeliers een drempel zijn.

De populariteit van stemassistenten, zoals Apples Siri en Alexa van Amazon, lijkt volgens het onderzoek over te waaien vanuit de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk. Nu is al één op de tien consumenten bereid op deze manier te winkelen, een aandeel dat naar verwachting stijgt tot achttien procent in 2021. Onder *early adaptors* is dat tegen die tijd zelfs 33 procent, waarbij gemak als belangrijkste argument wordt genoemd. Consumenten zijn vooral bereid stemgestuurde aankopen te doen bij supermarkten, elektronicawinkels en drogisterijen. Tegelijkertijd heeft 42 procent van de consumenten nog vraagtekens bij de betrouwbaarheid van stemgestuurd winkelen.

Het ontwikkelen van een effectieve voicestrategie is volgens sector banker retail Henk Hofstede van ABN cruciaal. Winkeliers moeten daarbij volgens hem eerst vaststellen welke producten en diensten zich het beste lenen voor het voicekanaal, en de *early adopters* vroeg bij het ontwikkelproces betrekken. Daarnaast is het voor merken van belang om op de shortlist van de voice-aanbieders te komen, stelt hij. "Het aantal aanbieders is gering en mocht je er niet tussen komen, dan leidt dit tot omzetverlies."

In het meinummer van RetailTrends wordt uitgebreid stilgestaan bij de opmars van conversational commerce in Nederland. Ben je nog geen member? [Klik dan hier voor meer informatie.](#)