

'Retailers moeten investeren in voice, al levert het nog niks op'

29-10-2018 16:16



Voice commerce bevindt zich in een leerfase en is nog niet op het punt beland dat retailers er geld mee kunnen verdienen of kosten besparen. “Je moet schaatsen naar waar de puck heen gaat, niet naar de puck zelf”, zegt voice design strategist Ben Sauer, een van de sprekers op het event [What’s Next in Retail Tech](#).

Retailorganisaties moeten teams de ruimte geven om te leren over en te bouwen voor voice en kijken wat wel niet werkt, zegt Sauer. “Dat gaat gepaard met veel mislukkingen en betekent dat je niet te veel commerciële druk moet zetten op degenen die bouwen, want er is geen aanleiding om te verwachten dat er nu al iets waardevols uitrolt.” Tegen een slim systeem praten in plaats van de telefoon pakken of naar een website gaan, is volgens hem nu nog vreemd gedrag waar de consument niet aan denkt. “Maar naarmate meer merken daarmee aan de slag gaan en de services die ze bieden verbeteren, wordt het steeds essentiëler dat je een rol speelt in het voicedomein.”

Sauer verwacht in Europa het meest van Google Home en Assistant. Amazon heeft hier niet de voorsprong die het in de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk heeft, stelt hij. Daarnaast beschouwt hij de technologie van Google als de meest geavanceerde.

Lees op [RetailTrends](#) meer over Sauers visie op de kansen van voice.

What’s Next in Retail Tech op 13 november

Ben Sauer is één van de sprekers tijdens het event What’s Next in Retail Tech, dat op 13 november wordt gehouden in Amsterdam. Daar neemt hij je mee in hoe voice het nieuwe internet zou kunnen worden. Ga voor

het volledige programma en om je aan te melden naar de website: whatsnextinretailtech.nl.