

Étude

Assistants vocaux & marques

Comment appréhender cette nouvelle forme d'interaction avec vos consommateurs ?

USERADGENTS

Une deuxième étude sur le « vocal »

Pourquoi ?

Un an après la sortie de notre étude sur les Voice First Devices qui faisait le point sur ces nouveaux terminaux, **les émulations ne se sont pas tassées**, au contraire.

Le **marché** se structure, les **GAFA** n'en finissent pas de sortir de **nouveaux devices** commandables à la voix, les **marques** prototypent...

Vocal, enceintes connectées, assistants intelligents, bots, services vocaux... **Comment s'y retrouver dans tous ces termes, notions et enjeux ?**

Découvrez notre décryptage de cette tendance et nos conseils pour appréhender cette nouvelle forme d'interaction avec vos consommateurs.



Septembre 2017 - mis à jour en octobre 2018

+ J'ai manqué le 1er volet !



Au programme de cette 2ème édition

- + La **promesse** du vocal
- + Les **différents sujets** qui en découlent : l'interaction, les terminaux, l'intelligence artificielle, les services de marques
- + Les **usages** se cherchent, le **marché** se structure
- + Les **exemples** de marques qui se sont lancées
- + Les **freins** au développement des usages
- + Nos **convictions** et prédictions
- + 10 **conseils** pour se lancer en tant que marque

C'est parti →

01

Les assistants vocaux

Qu'est-ce que c'est ?

Leur promesse

Supprimer la friction
du rapport à la
machine en proposant
une interaction
plus naturelle / humaine

À l'instar du *touch* qui a réduit énormément de frictions créées par le clavier, le vocal rend l'interaction plus naturelle. La voix simplifie le rapport à la technologie, l'utilisateur formule sa demande comme à un autre être humain et n'a pas besoin de comprendre les boutons d'actions ou l'interface tactile. Aujourd'hui, le vocal change la vie de certains individus pour qui la technologie n'est pas si accessible ; malvoyants, seniors dépendants ou enfants. Et demain, elle pourrait devenir un composant de nos interactions du quotidien...

2011

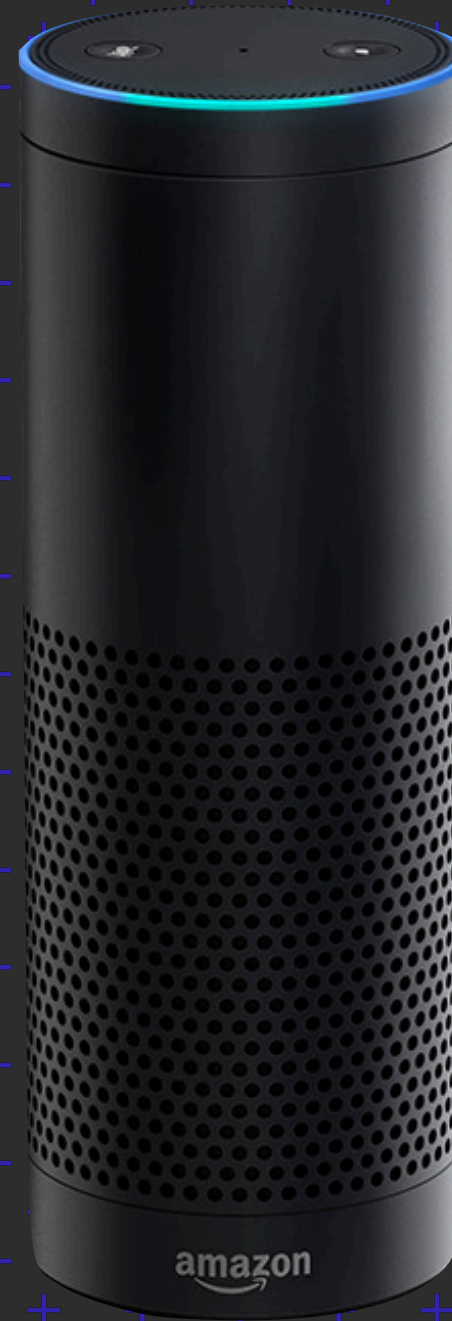
Le vocal a commencé sur le smartphone

*Aujourd'hui le taux d'erreur
est proche de celui de l'humain !*



Apple en 2011 avec SIRI, le premier assistant vocal grand public intégré dans l'iPhone 4S, puis en 2015 dans l'Apple TV.
Google en 2015 avec Google Now, rebaptisé Assistant en 2016.
Le taux d'erreur se perfectionne ensuite d'année en année, pour aujourd'hui avoisiner celui de la compréhension d'un humain.

2015 L'enceinte vocale a installé la voix dans le foyer



Un nouveau terminal voit le jour pour imposer la voix dans le foyer : l'enceinte vocale. Les uns après les autres, les géants de la tech ont tous sorti leur version jusqu'à la doter d'un écran pour combiner voix et image.

Amazon Echo fut la première à s'installer sur le marché, puis les concurrents ont suivi : Google avec Home, Apple avec HomePod, Alibaba...

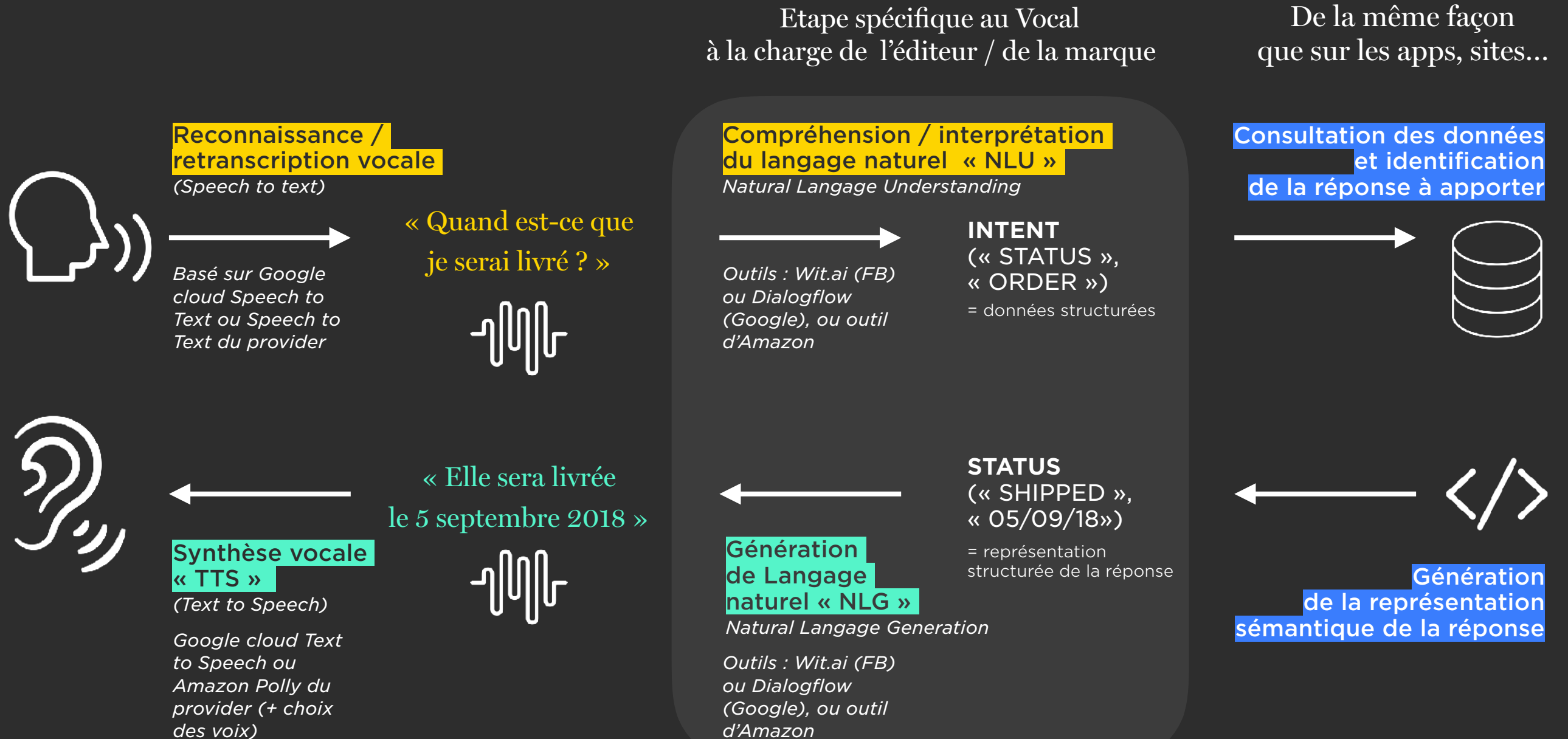
2017-now

La voix s'intègre progressivement dans les objets du quotidien



Les acteurs clés tels qu'Amazon et Google ont choisi une stratégie d'intégration de leur API dans d'autres objets et dans les véhicules pour imposer leur écosystème. Plusieurs constructeurs commencent à doter leurs voitures de ces assistants vocaux.

Comment ça marche ?



Vocal

Enceintes vocales

Assistants Vocaux

Assistants intelligents

Bots Services vocaux

Derrière tous ces termes, plusieurs sujets !

Sur un marché nouveau et balbutiant, difficile de s'y retrouver lorsque l'on parle de « vocal ». De quoi s'agit-il ? De l'interaction, du terminal en tant que tel, de l'assistant qui se cache derrière ? Cette tendance couvre plusieurs enjeux et sujets, à la fois d'usage, de hardware, de software et de service.

Derrière tous ces termes, plusieurs sujets



L'interaction en langage naturel

Une révolution qui va changer notre rapport à la technologie !
Plus de simplicité dans certains cas de figure : en mobilité, en multitasking, pour des personnes malvoyantes ou dépendantes, la voix s'avère beaucoup plus simple pour interagir avec la technologie.

Les nouveaux terminaux

Les enceintes vocales débarquent dans les foyers.
Il est compliqué pour le moment d'assurer qu'elles seront utilisées au vu des craintes actuelles concernant l'écoute et des usages un peu timides. Néanmoins, elles devraient s'imposer dans certains foyers pour devenir le hub de la maison connectée et permettre aux individus d'avoir un assistant personnel à disposition, de manière multicanale.

L'intelligence artificielle

Le coeur du sujet !
Les intelligences logicielles qui font tourner ces nouveaux terminaux mais qui se trouvent également dans vos smartphones, sont développées par les géants du web (GAFA et autres). Une bataille est en cours pour savoir quel assistant intelligent l'emportera, comme ce fut le cas avec les OS sur le mobile il y a quelques années.

Les services de marques

Ce qui nous intéresse, c'est la manière dont les entreprises vont pouvoir développer leurs services en vocal sur ces nouveaux terminaux, grâce à ces assistants intelligents. L'interaction ne sera d'ailleurs pas uniquement vocale, au vu des terminaux qui voient le jour et allient de plus en plus image et voix ! Quel service aura de l'intérêt à être activé par la voix ? Quelle sera l'expérience proposée ?

02

Des chiffres & des prévisions

qui laissent présager une révolution

D'ici 2020, + de
50%
des requêtes Google
se feront **à la voix**





D'ici 2020, + de
75%
des ménages américains
devraient être équipés
d'une **enceinte vocale**

D'ici 2022, + de
40 Mds \$
devraient être générés
dans le monde via le
Voice-Shopping

*Cela signifie qu'un grand volume de ventes
aura été généré par la voix*

Les interfaces vocales sont considérées comme une des évolutions les plus structurantes des 10 prochaines années

“

Just as the Graphical UI created at Xerox Parc freed early computers from the Command Line Interface (CLI), the promise of a Voice UI frees us from manual touch, it's a third hand when two are busy, letting us control thermostats, navigation systems, music selection...

+ Jean Louis Gassée, Monday note, Février 2018

Mais concrètement aujourd'hui...
Où en sommes-nous ?

03

Un marché & des usages

qui se structurent et se cherchent

La bataille des géants de la Tech

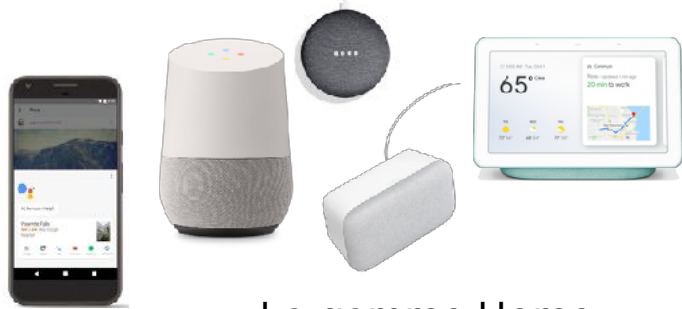


Promis à un bel avenir, les assistants vocaux font partie des produits stars de l'année. Google, Amazon et Apple se sont jetés dans la bataille et nouent des **alliances stratégiques** avec des distributeurs historiques et des fabricants pour remporter ce marché naissant... Mais il n'y aura pas de place pour tout le monde !

Chaque acteur a une stratégie particulière et un point fort pour se différencier, ce qui influence aussi les marques dans leur choix pour se positionner. Par exemple, Fnac n'allait pas créer un service sur Amazon (concurrent)...

Google

Google Assistant



La gamme Home



JBL

Lenovo



LG

Amazon

Alexa



Micro-ondes

La gamme Echo



Facebook
Portal

Voitures,
réfrigérateurs,
fours...

Apple

Siri



iPhone



HomePod

Alibaba

AliGenie



Alibaba.com



Des assistants aux différentes stratégies



Google

Son + :
la connaissance
utilisateur

Leader du marché mondial
1er arrivé en France

32,3% de parts mondiales
à Q2 2018
+449% de croissance

Amazon

Son + :
le shopping

1er arrivé aux États-Unis
Niveau mondial, a déjà
vendu + de 50m d'unités

24,5% au Q2 2018
-14% de croissance

Apple

Son + :
la musique

Ecosystème fermé

Siri Shortcuts, un début
pour « vocaliser son app »

Alibaba

Son + :
Shopping / Asie

17,7% de parts
au Q2 2018

Facebook

Quant à lui, Facebook intègre
la solution d'Amazon dans son
enceinte et va miser sur sa
connaissance utilisateur et les
échanges interpersonnels

52% de la
croissance mondiale
est issue de la **Chine**
qui en devient le 1er
moteur.

Des usages qui se cherchent

L'interaction vocale utilisée en collectivité & en mobilité

La voix est surtout utilisée aujourd'hui dans le foyer via les enceintes vocales, un usage qui diffère de l'usage intime du mobile. D'où l'importance de la reconnaissance des différentes voix du foyer.

C'est aussi en voiture qu'elle s'avère utile, quand les mains sont prises et que la concentration doit être à son maximum. Enfin, elle est utilisée dans la rue, en déplacement, sur le mobile.



maison

43%



voiture

36%



rue

19%

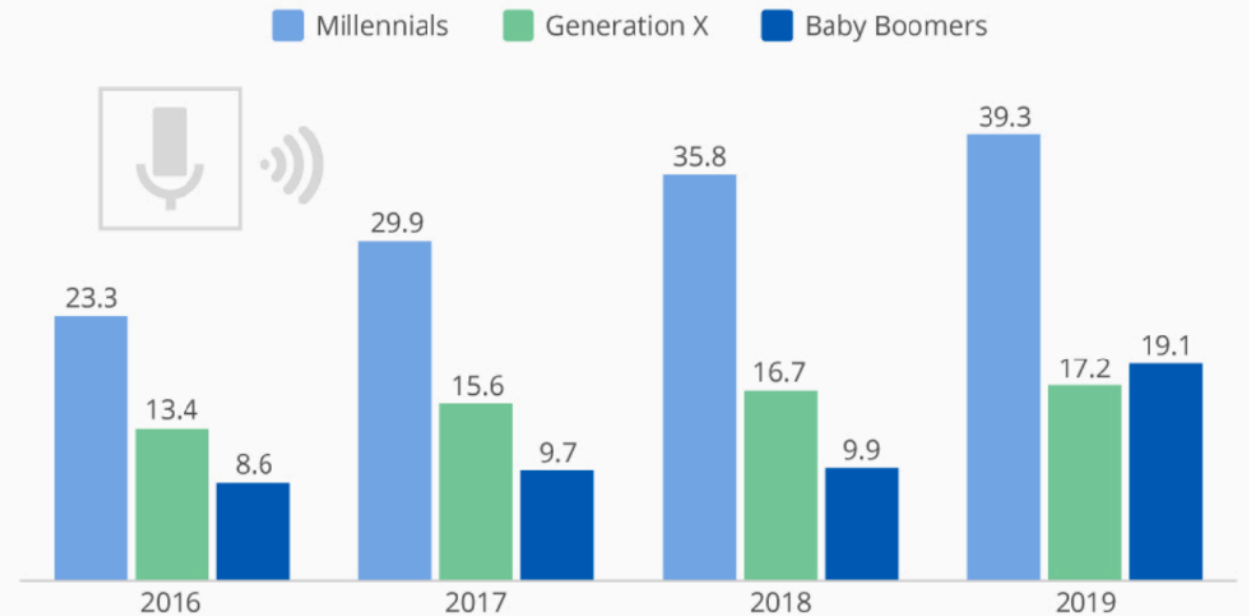
L'interaction vocale conquiert la Gen Z

Pas étonnant de voir que les utilisateurs de la voix sont davantage les jeunes, qui sont très habitués à l'innovation technologique et ont déjà pris la vague des « messages vocaux » sur les applications de messaging pour aller plus vite.



Millennials are the most prolific digital assistant users

U.S. voice-enabled digital assistant users by generation (in millions)



@StatistaCharts

Individuals in the United States who use voice-enabled assistants at least once a month on any device

Source: eMarketer

statista

Des usages très **basiques**



Pour le moment, les utilisations principales des enceintes vocales consistent à s'amuser, demander des informations de type météo, actualités, ou pour effectuer des requêtes sur le web, fixer des rappels de calendrier. Ceux qui sont équipés d'objets connectés compatibles les utilisent aussi pour contrôler les objets de leur maison.

Des usages très basiques



70%

Ecouter de la musique



64%

Demander la météo



53%

Demander une blague



47%

Faire une recherche sur le web



46%

Programmer des alarmes & rappels



46%

Demander les news



36%

Passer un appel



34%

Demander un chemin



32%

Accéder à son calendrier



31%

Contrôler les objets de la maison

Des usages très basiques



30%

Obtenir les résultats
d'un événement sportif



30%

Commander &
acheter un produit



27%

Vérifier l'état
du trafic



24%

Envoyer, recevoir
un message



20%

Jouer
à des jeux



17%

Se faire livrer
à manger



16%

Faire une recherche
d'hôtel ou de vol



13%

Vérifier ses finances

Peu de **réétention**

6%

Taux de rétention moyen* après deux semaines
d'utilisation pour une app vocale
(13% pour une app Android)

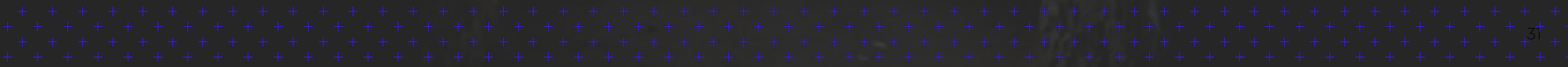
Pourquoi des usages timides et peu de rétention ?

No icon

À la différence du smartphone sur lequel les applications de marques sont visibles, avec la voix, on ne connaît pas les marques présentes, on ne sait pas ce qu'on peut faire, rien ne nous rappelle qu'on peut le faire.

Services limités

Les services proposés par les marques sont encore basiques et limités
car elles sont encore peu nombreuses à s'être lancées,
elles ne connaissent pas encore bien le terrain
et les fonctionnalités techniques sont encore restreintes (paiement par exemple).



04

Qui s'est lancé

chez les entreprises ?

Les pionniers & plus intéressants



Commander
un chauffeur
Lyft



Commander
une pizza
avec Domino's



Commander
des fleurs avec
1-800-Flowers



Se réveiller
en musique
avec Spotify



Lancer une
playlist musicale
Pandora

Présent depuis 2016 sur Alexa & Google Assistant. En à peine 2 mois, près d'1/5 des clients américains de l'entreprise utilisaient le service de commande vocale.



Checker son
compte bancaire
avec Amex



Chercher
un vol sur
Kayak



Ecouter les
informations avec
The Guardian



Obtenir une recette
avec Campbell's
Kitchen



Jouer à la Xbox
One avec la skill
Microsoft Xbox

Les pionniers en France sur Amazon Echo



Demander à Télé-Loisirs ce qu'il y a à la télévision



Demander les films à l'affiche grâce à Allo Ciné



Trouver un restaurant sur La Fourchette



Suivre une recette grâce à Marmiton



Vérifier les informations d'un vol avec Air France



Ecouter la radio sur NRJ



Ecouter le flash quotidien de France Info



Allumer les lumières grâce à Philips Hue

Les pionniers en France sur Google Home



Avoir accès à toutes
les infos concernant
un hôtel avec
AccorHotels



Rechercher les
horaires & prix
des billets avec
Oui-sncf

SEPHORA

Prendre un rdv beauté,
écouter des podcasts
réalisés par des
influenceurs beauté ou
encore répondre à des
quizz avec Sephora

L'ÉQUIPE

Pour les fans de
sport, le JT L'Equipe,
le quizz et l'histoire
sportive du jour



Obtenir + d'infos
sur les magasins
Boulangier, se faire
rappeler par un
conseiller !



Alimenter sa liste
de courses
avec E.Leclerc

ELLE

Découvrir son
horoscope du jour
avec Elle horoscope



Être mis en relation
avec le service de
dépannage immédiat
à distance, via le
bouton Darty
dématérialisé

fnac

Connaître les
meilleures ventes
de livres avec la
FNAC



Méditer avec
Namata

05

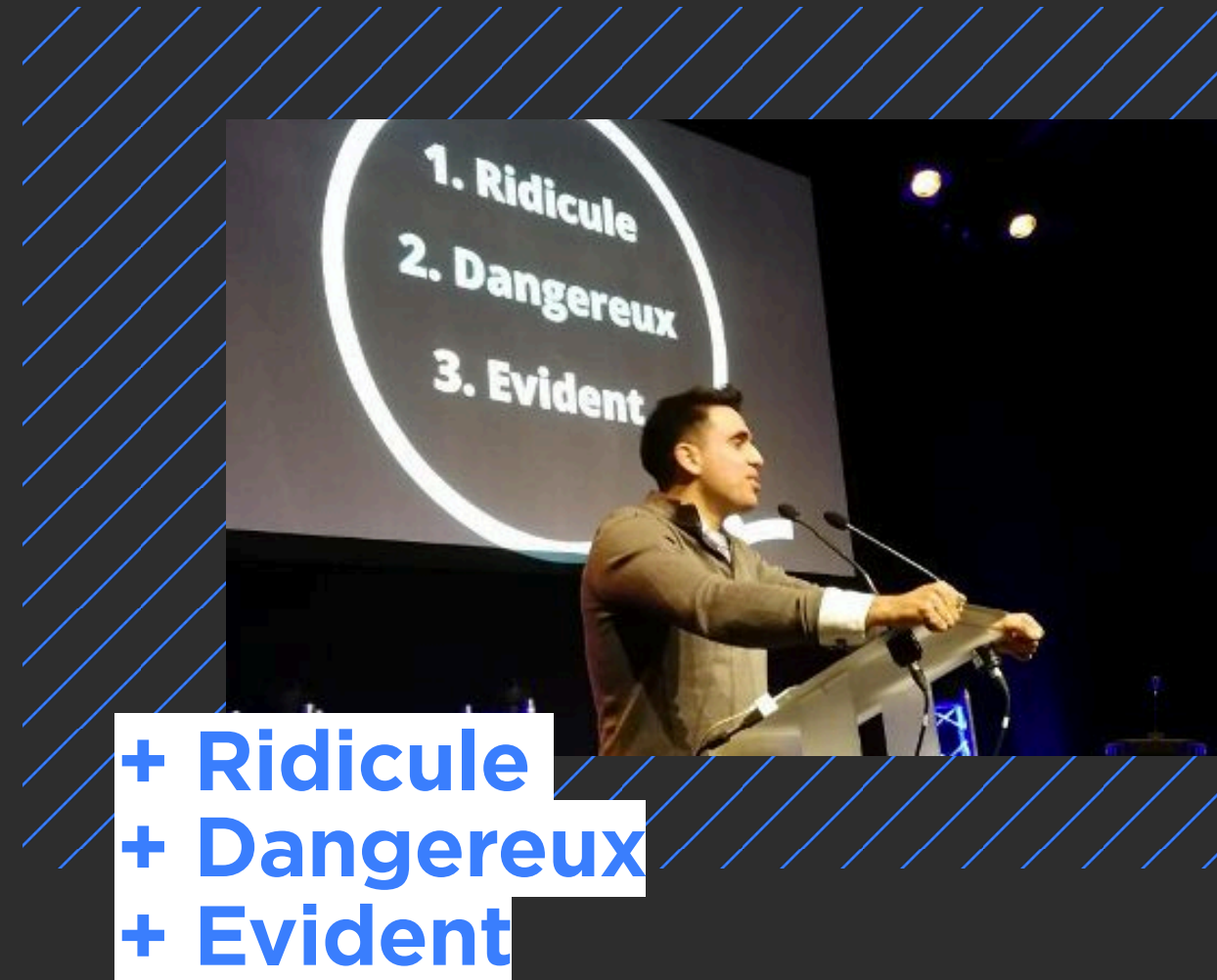
Sommes-nous

vraiment convaincus ?

Comme le dit Idriss Aberkane

Toute révolution, toute grande idée passe toujours par 3 étapes

Chaque innovation paraît **absurde** au début « *Je ne vais pas parler à une machine, je peux utiliser mes mains pour toucher mon clavier !* » ou **dangereuse** « *J'ai peur de l'écoute ! C'est intrusif !* » (mais comme au début la peur de la donnée exploitée sur mobile - mais est-ce que cela nous empêche d'utiliser notre mobile ? non, parce que la valeur ajoutée est plus forte). Evidente : la voix deviendra sûrement évidente pour certains usages à terme - et c'est là que nous verrons si c'est une vraie révolution !



+ Ridicule
+ Dangereux
+ Evident

Sceptiques avec certaines convictions



Voice

Touch

Gesture

+ Tout ne sera pas 100% vocal

Tout ne peut pas être fait à la voix. Il y aura autant d'expériences à imaginer que d'interactions possibles.



+ La domotique va se démocratiser

Grâce à l'interopérabilité des objets et des systèmes, les assistants seront les hubs de la maison.



+ L'interaction vocale utile en B2B

Que ce soit en salle de réunion ou en entrepôt pour la logistique, les assistants seront utilisés pour améliorer la productivité et simplifier les tâches répétitives des employés.

+ En B2C, pour simplifier le quotidien

De la même manière, le grand public sera adepte des assistants vocaux pour tout ce qui leur simplifiera les tâches habituelles, pour les soulager dans la vie de tous les jours. Pensez donc à concevoir des services simples et utiles !

06

Pourquoi & comment

se lancer ?

Pourquoi se lancer ?

Se faire un avis

Pour vous faire vos propres convictions
Pour comprendre mieux l'usage qui en sera fait
Pour savoir si vous voulez vous lancer et comment



Pourquoi se lancer ?

Être dans les 1ers

Pas pour pouvoir dire « j'étais le premier »
mais parce-que les VOS (Voice Operating System)
privilégieront les services qui ont été là dès le
départ, qui sont plus performants de par leur
antériorité (machine learning) et donc plus
pertinents !



Pourquoi se lancer ?

Créer la préférence

Même si vous n'êtes pas le premier, vous pouvez créer la préférence chez l'utilisateur qui, via la recommandation, privilégiera votre service par rapport à celui suggéré d'office par l'OS.



Lancez-vous

Mais pas à l'aveugle



En prenant compte...

De nouvelles **spécificités**

De nouveaux **outils de travail**

De nouveaux **métiers**

Une nouvelle **vision**

10 conseils pour se lancer

Bonnes pratiques pour imaginer un service
utile pour vos consommateurs

01

Soyez utilisateur

*Vous ne pouvez pas concevoir
un service pour un terminal
que vous n'utilisez pas*

Utilisez une ou plusieurs enceintes et autres terminaux vocaux pour vous faire une idée, comprendre les spécificités de ces nouveaux terminaux et cette nouvelle manière d'interagir avec la machine, pour constater les erreurs et difficultés rencontrées...

Utilisez les services de vos concurrents pour voir ce que vous devez proposer de mieux.

02

Comprenez les enjeux Tech & Usages

*Comprendre ce qu'il est possible
de faire, ce que cela va changer
et les enjeux futurs*

Grâce à votre expérience et les conseils de professionnels en UX et tech, acculturez-vous à cette nouvelle technologie / interaction et à ses enjeux à la fois en terme d'usages et de technique.

Utilisation en communauté, la marque qui passe en second plan et qui est tributaire de l'assistant (référencement), frein technique pour le paiement... autant de complexités à comprendre et prendre en compte !

03

N'imitiez pas le mobile

N'essayez pas de transposer votre app ou site en vocal mais demandez-vous pourquoi le vocal sera utile

Qui dit nouveaux objets, dit nouveaux contextes et donc nouveaux usages. Tout le service que vous proposez dans votre application ne sera pas optimal en 100% vocal mais peut-être uniquement une fonctionnalité clé !

04 Imaginez pour l'oreille

*Accompagnez, guidez,
expliquez et laissez toujours
une porte de sortie*

Fermez les yeux et imaginez votre service uniquement pour l'oreille. Sans écran, votre service doit rassurer, guider dans les différentes étapes, être efficace, avoir le bon ton... Autant de spécificité dans la conception qu'il faut apprendre à appréhender !

05

Dotez-vous des bons outils & experts

*Imaginer une expérience vocale
requiert de nouvelles
compétences et outils*

Lorsqu'on imagine une expérience de shopping sur application mobile, on fait appel à des experts en UX, UI, développement, on réalise des wireflows, wireframes, etc.

Et demain, l'expérience vocale ?
Elle demandera des experts en IA, en sémantique...
Les wireframes seront des scénarii, des arbres de décisions...

06

Pensez multicanal & interconnexions

*Ce qui commence ici
s'arrête ailleurs...*

Envisagez le vocal comme une interaction qui peut être complétée par des actions sur d'autres devices. Pensez au handoff sur iOS qui permet déjà de commencer une interaction sur un device et de la reprendre sur un autre sans perdre le fil.

Pensez aussi à intégrer les services d'autres entreprises pour proposer une expérience fluide et complète !

07

Pensez privacy & éthique

*La peur de l'écoute est le frein
n°1 à l'utilisation des
terminaux vocaux !*

Adoptez une démarche de Privacy by design,
protégez au maximum les données recueillies,
rassurez les utilisateurs et soyez transparents.

08

Faites tester ! & améliorez

*Plus que jamais, entraînez
votre bot vocal pour l'améliorer*

L'intérêt du test utilisateur n'est plus seulement de choisir la bonne option (comme avec l'AB testing) mais d'entraîner votre bot.

Plus il sera utilisé, plus vous observerez des failles que vous pourrez améliorer et plus le bot apprendra et le service sera performant.

Bienvenue dans l'ère du machine learning !

09

Améliorez en continu

*Ne laissez pas votre service
en friche !*

Les services vocaux les plus utilisés sur les enceintes vocales aujourd'hui sont ceux qui sont mis à jour régulièrement, ou qui proposent du contenu de manière régulière.

Prenez soin de votre bot vocal dans la durée.

10 Suivez les évolutions (très) rapides !

*Encore plus que le mobile,
l'environnement vocal est
en constante évolution !*

Suivez les évolutions techniques pour intégrer de nouvelles fonctionnalités et imaginez l'évolution de votre service dans le temps.

10 conseils pour se lancer

01

Soyez
utilisateur

02

Comprenez
les enjeux

03

N'imitiez pas
le mobile

04

Imaginez
pour l'oreille

05

Dotez-vous
des bons outils
& experts

06

Pensez
multicanal &
interconnexions

07

Pensez
privacy
& éthique

08

Faites tester
& améliorez

09

Améliorez
en continu

10

Suivez
les évolutions
(très) rapides !

Et demain,
quelle
incarnation
de l'assistant
intelligent ?



Pour creuser le sujet



Nos inputs



Découvrez l'**avis de nos experts** en vidéo sur Youtube, **6 épisodes** publiés sur le mois de décembre 2018 et janvier 2019

Je veux voir !

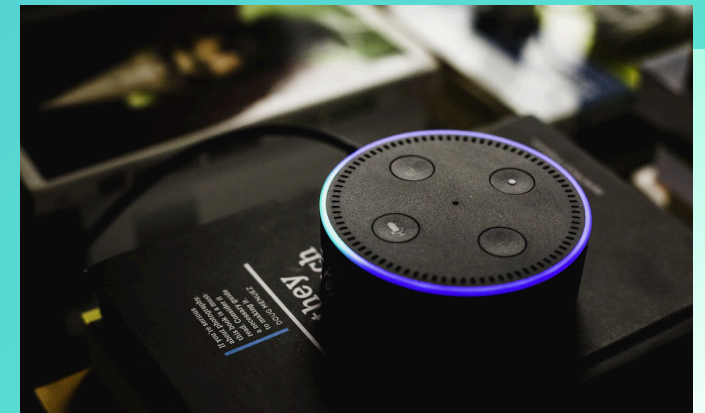
Notre conférence



Vous souhaitez organiser une **conférence** sur le sujet dans votre entreprise ? Nous pouvons intervenir sur le sujet pour **acculturer** vos équipes et les faire réfléchir aux enjeux les concernant. Nous proposons également des **ateliers d'idéation** sur mesure.

Ça m'intéresse

Notre expertise



Agence spécialisée dans le mobile et l'innovation technologique, USERADGENTS accompagne de grandes marques dans le design de services à interaction vocale, sur différents terminaux. N'hésitez pas à nous contacter.

On s'en parle ?

Solange DERREY

Directrice du Pôle Trendwatchers & de la
Communication
s.derrey@useradgents.com

Marie Billon

Chargées d'études digitales @ Trendwatchers
m.billon@useradgents.com

Vincent Pillet

Directeur de l'Expérience Client
v.pillet@useradgents.com



USERADGENTS

8 rue de la Rochefoucauld - 75009 Paris
01 77 75 65 90
www.useradgents.com

