Sandra Olsthoorn • Ondernemen

5 uur 16

Techbedrijven zien in slimme speaker nieuwe sluiproute in leven consument

De grote techbedrijven zijn er allemaal volop mee bezig: spraakgestuurde assistenten die van alles voor ons regelen - en 24 uur per dag met ons meeluisteren. Vermoedelijk is er veel geld mee te verdienen. Maar hoe precies, dat is nog onduidelijk.

Het regent aankondigingen. Apple begint eind dit jaar met de verkoop van de HomePod, een speaker die wordt aangestuurd met de spraakassistent Siri. Marktleider Amazon verlaagt de prijzen van zijn Echo-speakers. Google presenteert een nieuwe slimme speaker. Het gerucht gaat dat Facebook aan een eigen spraakassistent werkt. De Chinese techreuzen Tencent en Alibaba hebben hun eigen assistenten en bijbehorende speakers.

Alle grote technologiebedrijven zetten zwaar in op spraakgestuurde virtuele assistenten, te vinden op de mobiele telefoon en in 'slimme' luidsprekers. Wat lang een nichemarkt was, staat op het punt van een echte doorbraak, geholpen door steeds betere software en meer computerkracht, en gestuwd door de vooruitzichten van een grote, nog vrijwel onontgonnen markt.

In de kinderschoenen

In de Verenigde Staten zijn speakers met een geïntegreerde

spraakassistent - die bijvoorbeeld je boodschappen bestelt, muziek afspeelt, vragen beantwoordt en de wekker zet - al een voorzichtige consumentenhit.

De schattingen van het aantal slimme speakers dat in 2017 is verkocht lopen uiteen, maar liggen gemiddeld rond de 20 miljoen. Dat aantal verbleekt nog bij de verkoopcijfers van bijvoorbeeld fitnesshorloges (zeker tien keer zoveel). Maar nu de keuze steeds groter wordt, zal de verkoop een verdere impuls krijgen, voorspellen analisten.

Slimme spraakassistenten worden aangestuurd door complexe software, die beter wordt naarmate hij meer data verwerkt. Hoe meer we tegen onze assistent praten, des te beter hij ons kent en kan bedienen. Maar de technologie staat nog in de kinderschoenen, schetste Eric Schmidt, ceo van Alphabet (het moederbedrijf van Google) vorige week op een congres in Den Haag.

De apparaten worden nog vooral gebruikt om muziek af te spelen. En de meest gestelde vraag aan de Google assistent is: 'Wat is het weer?' Schmidt: 'Maar nog even en we hebben allemaal onze assistent die de school informeert dat ons kind ziek is, die je sleutels zoekt en die uit zichzelf de brandweer waarschuwt.'

70%

Zeven van de tien verkochte slimme speakers is er een van Amazon. Gevolgd door Google met een marktaandeel van 20%.

Grote marktpotentie

Dat klinkt onschuldig. Maar de grote techbedrijven ruiken een enorme markt, ook al weet niemand nog hoe die er precies uit gaat zien en waarmee het grote geld verdiend gaat worden. Is dat met de verkoop van slimme apparaten, of vooral in het vermarkten van de enorme hoeveelheden data die de assistenten, die 24 uur per dag met ons meeluisteren, gaan verzamelen?

De implicaties van de doorbrekende technologie zijn groots. In de eerste plaats voor onze privacy. Spraakassistenten staan in principe altijd aan, wachtend op een commando als 'Hey Alexa' of 'OK Google'. Interacties worden

$11 mrd

In 2020 verdient Amazon $20 mrd met de verkoop van slimme speakers en transacties via zo'n apparaat, schat investeringsfonds Mizuho.

bewaard, want hoe meer de assistent van je weet, hoe beter de klantervaring. Bestelt de gebruiker vaak dezelfde pizza, dan zal Alexa op je vraag naar pizza antwoorden: wil je weer de Margarita?

Zoals bij veel moderne technologie is privacy de prijs van gemak. En vertrouwen in bedrijven als Amazon en Google de crux. Nu is kennis van je pizzasmaak niet zo gevoelig, maar vertrouwen we een apparaat in huis dat 24 uur per dag met ons meeluistert? Dat alles van ons weet?

'Einde van grote merken'

Bedrijven moeten ook oppassen, waarschuwt Scott Galloway, hoogleraar marketing aan de New York University in een veelbesproken videoblog. Spraaktechnologie kan volgens hem het einde van grote merken inluiden. Een consument die met Alexa, de spraakassistent van marktleider Amazon, een generiek product als bijvoorbeeld batterijen bestelt, zal als eerste die aangeboden krijgen waar Amazon de hoogste marge op ontvangt.

De verpakking en optimale prijsstelling - zaken waar bedrijven als Unilever en Proctor&Gamble nu grote bedragen en veel onderzoek in steken - worden minder belangrijk als de consument mondeling bestelt, zonder een product te zien. En omdat Amazon door Alexa's immer gespitste oren precies weet wat de consument wil hebben, kan het zijn aanbod perfect aanpassen op de vraag. Niet voor niets heeft de internetreus supermarktketen Whole Foods gekocht.

De competitie tussen de spraakassistenten speelt zich nu nog voornamelijk af in de

Deur staat open voor hackers

Slimme speakers zijn niet ongevoelig voor hackers. Dat bewezen onlangs een aantal Chinese onderzoekers. Zij ontdekten een softwarefout die hackers toegang kan geven tot de speakers, en daarmee het huis of de mobiele telefoon van de gebruikers van verschillende soorten spraakassistenten.

De fout maakt een type aanval mogelijk, door de onderzoekers Dolphin genoemd, waarbij hackers van een afstandje stille, onhoorbare commando's aan een apparaat geven. Dat lukt nu nog alleen op korte afstand, maar de onderzoekers verwachten met de juiste apparatuur snel de afstand te kunnen vergroten waarop ze de controle over spraakgestuurde apparaten kunnen overnemen.

De kwetsbaarheid zou in de software van verschillende fabrikanten zitten: spraakassistenten van zowel Amazon, Apple, Google, Microsoft, Samsung en Huawei zijn getroffen.

25 mln

Aantal slimme speakers dat naar verwachting in 2017 in de Verenigde Staten

Verenigde Staten. De reden daarvoor is simpel: de talenkennis van de spraakassistenten laat vooralsnog te wensen over. De meesten werken niet of niet optimaal in het Nederlands, en wie in het Engels probeert iets in Nederland te bestellen komt bij gebrek aan Nederlandse apps, of 'skills' zoals ze bij Amazon heten, niet ver.

Nederlandse initiatieven

Nederlandse appbouwers testen wel volop de mogelijkheden, blijkt uit navraag. En sommige bedrijven hebben de technologie al omarmd. De slimme lampen van Philips Lighting zijn via een verschillende spraakassistenten, inclusief de Chinese varianten, te bedienen. Supermarktketen Jumbo experimenteert sinds kort met gesproken boodschappenlijstjes. Siri, de assistent van Apple, kan de Jumbo-app openen en een lijst helpen opstellen.

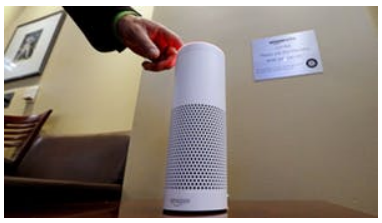
Ideaal voor bijvoorbeeld in de auto of als je met vieze handen in de keuken staat, denkt Roy van Keulen, directeur Online bij Jumbo. Gemak is volgens hem uiteindelijk waar de slag om de consument mee gewonnen gaat worden: 'De intentie is om bestellen zo makkelijk mogelijk te maken. Dat is voor loyaliteit van de klant uiteindelijk het belangrijkst.'

De boodschappen daadwerkelijk bestellen zonder een toetsenbord te gebruiken is nog niet mogelijk. De klant moet nog steeds op de traditionele manier de boodschappenlijst controleren en een bezorgtijd reserveren. 'De gesprekken zouden nu nog veel te lang worden als we alles gesproken zouden doen. Als de klant voor het eerst kaas bestelt moet je alle opties gaan opnoemen bijvoorbeeld. Maar een echte dialoog met de klant, dat is wel de droom.'

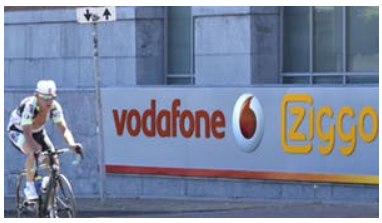
AD BY STREAMADS

Door Sandra Olsthoorn

Meest gelezen



Techbedrijven zien in slimme speakers nieuwe sluiproute in leven consument



Meer ruimte ACM om duopolie telecom te temmen

Jeanine Hennis: 'ik blijf in de Kamer'