

Virtuaaliassistentit lyömässä läpi – kuluttajat suosivat aiempaa enemmän uusia asiointikanavia

76 % yrityksistä tiedostaa tekoälyä hyödyntävien puheavusteisten työkalujen ja chatbotien edut, mutta niiden kokonaisvaltainen hyödyntäminen vaatii parempaa asiakkaiden tarpeiden ymmärrystä.

Espoo, 5.9.2019 – [Capgemini Research Instituten](#) tuore tutkimus kertoo virtuaaliavustajien suosion olevan kasvussa. Kuluttajat suosivat puheentunnistus- ja chatbot-pohjaista viestintää erityisesti tuotteisiin tai palveluihin liittyvässä tiedonhaussa ja ostotapahtuman jälkeen. Tänäpä julkaistun tutkimuksen mukaan lähes 70 % kuluttajista aikoo turvautua seuraavien kolmen vuoden sisällä liikkeissä tai pankissa asiointiin sijaan virtuaaliassistentin apuun.

Yli 12 000 puheavusteisia työkaluja tai chatboteja käyttävän kuluttajan¹ ja 1000 yritysjohtajan vastauksiin pohjautuvan ”[Smart Talk: How organizations and consumers are embracing voice and chat assistants](#)” - raportin tavoitteena oli ymmärtää sekä kuluttaja- että yrityspuolen näkemyksiä virtuaaliavustajiin perustuvien palvelujen käyttöönotosta ja käyttäjätyytyväisyydestä. Raportin pohjana käytettiin Capgeminin vuonna [2017 tekemää tutkimusta](#) puheeseen perustuvista avustajista. Virtuaaliavustajien käytössä on tapahtunut nopea muutos, sillä 40 % puheeseen perustuvien avustajien käyttäjistä on löytänyt ne viimeisen vuoden sisällä.

Yritykset kokevat virtuaalisten keskusteluavustajien hyödyt korvaamattomiksi asiakkaiden sitouttamisessa ja asiakaskokemuksen luomisessa. Yli kolme neljäsosaa yrityksistä (76 %) kertoo puhe- ja viestiiavustajien tuottavan mitattavia hyötyjä, ja 58 % kertoi tulosten vastanneen odotuksia tai ylittäneen ne. Hyötyjä olivat muun muassa asiakaspalvelukustannusten väheneminen yli 20 prosentilla sekä yli 20 % kasvu käsiteltyjen palvelutilanteiden määrässä.

Vaikka hyödyt liiketoiminnalle ja käyttäjille ovat selviä, raportti paljastaa puutteita palvelujen käyttöönotossa. Tulosten mukaan alle puolet sadasta merkittävimmästä auto-, kulutustavara-, vähittäiskauppa-, pankki- ja vakuutusyrityksestä käyttää puhe- tai viestipohjaisia avustajia palvelussaan.

Puhepohjaisten avustajien kuluttajakäyttö lisääntyy merkittävästi² asiakaskokemuksen parantuessa

Vertailu vuodesta 2017 vuoteen 2019 näyttää puhepohjaisten avustajien käytön kasvaneen kuluttajien keskuudessa esimerkiksi elintarvike- ja kodin kulutustavaraostoissa (kasvu 35 prosentista 53 prosenttiin), ostotapahtuman jälkeisessä asiakaspalvelussa (kasvu 37 prosentista 52 prosenttiin) ja tuotteiden tai palvelujen maksamisessa (kasvu 28 prosentista 48 prosenttiin).

Raportin mukaan kuluttajien tyytyväisyys virtuaaliavustajiin paranee jatkuvasti. Vuonna 2017 kuluttajista 61 % oli tyytyväisiä Google Assistantin ja Sirin kaltaisiin älypuhelimella käytettäviin äänikomennoilla

¹ Tutkimuksessa viitatu kuluttajat ovat henkilöitä, jotka käyttävät tällä hetkellä puheavusteisia työkaluja tai chatboteja.

² Kaikki vertailtavat luvut vuosilta 2017-2019 on kerätty Yhdysvalloista, Iso-Britanniasta, Ranskasta ja Saksasta.



toimiviin avustajiin. Vuonna 2019 vastaava luku oli 72 %. Google Homeen, Amazon Echoon ja muihin älykaiuttimiin oli tyytyväisiä 46 % kuluttajista vuonna 2017 ja 64 % vuonna 2019. Puhe- ja näyttöpohjaisiin avustajiin (muihin kuin puhelimiin), kuten Amazon Echo Show ja Amazon Fire TV, oli tyytyväisiä 44 % kuluttajista vuonna 2017 ja 57 % vuonna 2019.

Helppous ja henkilökohtainen palvelu tuovat keskusteluavustajat valtavirtaan

Kun luottamus puheavustajaan on syntynyt, kuluttajat haluavat palveluilta yksilöllisyyttä, lisäarvoa ja merkityksellisyyttä. Yli kaksi kolmasosaa (68 %) kuluttajista sanoi puheavustajan helpottavan monen asian hoitamista samaan aikaan, koska se jättää kädet vapaiksi. 59 % koki virtuaalisten keskusteluavustajien käyttäjäkohtaisen personoinnin kehittyvän jatkuvasti. Lisäksi tutkimus kertoo ihmisten kaipaavan inhimillisempää kanssakäymistä avustajiensa kanssa. 58 % haluaisi yksilöidä puheavustajansa, 55 % nimetä sen ja 53 % luoda sille persoonallisuuden.

"Raportti näyttää, että virtuaaliset keskusteluavustajat ovat asiakaskohtaamisten tulevaisuutta. Ne helpottavat kuluttajien asiointia ja tehostavat yritysten toimintaa. Alkuvuodesta 2018 julkaistuun tutkimukseen verrattuna paljon suurempi osa kuluttajista uskoo nyt turvautuvansa ensisijaisesti puhepohjaiseen avustajaan seuraavien kolmen vuoden sisällä. Teknologian käytön yleistyessä myös kuluttajien odotukset muuttuvat. Yksityisyys ja turvallisuus ovat edelleen tärkeitä. Kuluttajat ovat lähes yhtä huolissaan puheavustajien käyttöön liittyvistä yksityisyys- ja tietoturvariskeistä kuin edellisen tutkimuksen aikaan. Kun kuluttajille suunnatut keskusteluavustajat yleistyvät, yritysten täytyy panostaa sekä huolten hälventämiseen että kuluttajien odotusten huomioimiseen", sanoo Capgeminin pohjoismaisen älykkään automaation osaamiskeskuksen vetäjä [Jaakko Lehtinen](#). "Julkaisemamme raportti luo suomalaisille kuvaa siitä, miten virtuaaliset assistentit ovat kohtalaisen nopeasti yleistyneet isoilla kielialueilla. Chatbotien osalta suomenkieliset toteutukset eivät ole enää harvinaisuus, mutta äänellä toimivien palveluiden yleistymistä rajoittaa vielä niistä tyypillisesti puuttuva suomen kielen tuki ja siitä johtuva älykaiuttimien heikko saatavuus. Kielituen ilmestyessä raportista on ennakoitavissa, miten kuluttajien asenne ja asiointitavat voivat nopeastikin muuttua suosimaan uusia asiointikanavia."

Raportista selviää neljä onnistuneen virtuaaliasiakaspalvelun ratkaisevaa edellytystä:

- **Ihmisen ja robotin kanssa asiointin tasapaino** – Yli puolet kuluttajista sitoutuisi yritykseen ja kuluttaisi enemmän sen tuotteita ja palveluita, jos yrityksen tekoälypalvelut muistuttaisivat enemmän asiointia ihmisen kanssa.³
- **Kuvan ja videon kaltaiset lisäominaisuudet keskusteluavustajien tukena** – Lähes kaksi kolmasosaa kuluttajista koki näytöllä olevien lisätietojen, kuten kuvien (63 % vastaajista), videoiden (64 %) tai tekstin (65 %) parantavan käyttökokemusta.
- **Asiakkaan luottamuksen kasvattaminen: ongelmien ratkaisu, asiayhteyksiin sopiva sisältö sekä oikeanlaisten käytötapausten valitseminen virtuaaliavustajille** – Vaikka kuluttajien luottamus virtuaaliassistenttien esittämiin suosituksiin kasvaa (vähäistä osallistumista vaativissa tilanteissa 54 % vastaajista luottaisi puheavustajansa tuotesuositukseseen, kun 49 % luottaisi myyjän suositukseseen), moni on huolissaan yksityisyyteen ja turvallisuuteen liittyvistä riskeistä (52 % pelkää, että puheavustaja kuuntelee yksityisiä keskusteluja).
- **Taitojen kehittäminen kolmella keskeisellä osa-alueella: käyttökokemuksen suunnittelu, arkkitehtuuri/teknologia sekä lainsäädäntö/määräystenmukaisuus** – Yrityskulttuurin lisäksi organisaatioilla on haasteita erityisesti digitaalisessa osaamisessa.

³ Capgemini Research Institute, "The Secret to Winning Customers' Hearts With Artificial Intelligence: Add Human Intelligence," heinäkuu 2018.



Koko raportin voit ladata [täältä](#).

Tutkimuksen toteutustapa

Vuoden 2017 puheavustajatutkimukseen osallistui:

- Yli 12 000 kuluttajaa, jotka käyttivät ja käyttävät edelleen puheavusteisia työkaluja tai chatboteja tai molempia asioidessaan kulutustuotteiden ja vähittäiskaupan, pankkialan, vakuutusalan ja autoteollisuuden tuotteiden ja palvelujen parissa.
- 1000 johtohenkilöä yllä mainittujen alojen yrityksistä. Tutkimukseen osallistui myös kokonaan verkkokauppaan keskittyviä yrityksiä.

Capgemini

Maailman johtaviin konsultointi- ja teknologiapalveluita tarjoaviin yrityksiin kuuluva Capgemini toimittaa asiakkailleen innovatiivisia digiratkaisuja, pilvipalveluita ja eri teknologioihin perustuvia alustaratkaisuja. Syvällisen toimialaosaamisen ansiosta Capgeminillä on vahva jalansija eri sektoreilla toimivien asiakkaiden liiketoimintaa tukevana strategisena kumppanina. Capgemini tarjoaa monipuolisia palveluita strategiasuunnittelusta operatiivisen tason toteutukseen saakka kokemuksella, jonka juuret ovat yli 50 vuoden takana. Teknologian liiketoiminnalle tuoma lisäarvo pohjautuu vahvasti asiantuntijuuteen ja Capgeminin tärkeimpään voimavaraan: ihmisiin. Syvästi monikulttuurisena organisaationa Capgemini työllistää globaalisti yli 200.000 ihmistä yli 40 maassa. Capgemini-konsernin liikevaihto vuonna 2018 oli 13,2 miljardia euroa.

Lisätietoa <http://www.capgemini.com/fi-en>. *People matter, results count.*

Capgemini Research Institute

Capgemini Research Institute on Capgeminin sisäinen ajatushautomo, joka keskittyy digitaalisuuteen. Se julkaisee tutkimusta digitaalisen teknologian vaikutuksista suuriin perinteisiin yrityksiin. Tiimi käyttää hyväkseen Capgeminin maailmanlaajuisesta asiantuntijaverkostosta ja tekee läheistä yhteistyötä akateemisten ja teknologia-alan kumppaneiden kanssa. Institutella on omat tutkimuskeskukset Intiassa, Yhdistyneessä kuningaskunnassa ja Yhdysvalloissa. Se sijoittui hiljattain ensimmäiselle sijalle riippumattomassa analyysissä, jossa arvioitiin tutkimuksen laatua maailmanlaajuisesti.

Lisätietoa <https://www.capgemini.com/fi-en/research-institute/>