

95% des conducteurs de voitures utiliseront un assistant vocal embarqué d'ici trois ans

L'expérience de conduite interactive est en vogue mais les préoccupations relatives à la vie privée, à la sécurité des données et à l'expérience utilisateur persistent.

Paris, le 14 novembre 2019 – Selon une nouvelle étude du [Capgemini Research Institute](#), la quasi-totalité des conducteurs (95%) utiliseront un assistant vocal d'ici trois ans. Cependant les entreprises du secteur automobile doivent encore améliorer l'expérience pour répondre aux attentes des utilisateurs.

L'étude intitulée « [Voice on the go : How can auto manufacturers provide a superior in-car voice experience](#) » se penche sur l'adoption des assistants vocaux par les consommateurs et leurs attentes. Elle identifie les opportunités pour les entreprises du secteur automobile d'augmenter leurs revenus et de renforcer la relation client grâce à la technologie vocale, mais constate également que la performance actuelle des assistants vocaux est mieux évaluée par l'industrie que par les consommateurs. Voici les principales conclusions de l'étude :

Les assistants vocaux embarqués sont en vogue et la tendance devrait s'accélérer

Près de la moitié (49%) des consommateurs interrogés utilisent des assistants vocaux dans leurs véhicules pour diverses fonctions ; ce chiffre devrait atteindre les 73% à l'avenir. Actuellement, 77% des consommateurs utilisent la voix pour commander la radio et la musique, et vérifier leur itinéraire (85% prévus à l'avenir), 46% pour prendre des rendez-vous pour l'entretien de leur véhicule (74% prévus) et 45% pour commander des services spécifiques tels que de la nourriture (72% prévus). Au cours des trois prochaines années, 95% des consommateurs s'attendent à utiliser un assistant conversationnel tel qu'un assistant vocal embarqué pour accéder à des informations. 54% d'entre eux pensent même l'utiliser « en permanence ».

Les consommateurs sont désireux d'une meilleure expérience utilisateur mais se préoccupent également de la sécurité

Lorsqu'on leur demande d'évaluer leur expérience de l'utilisation des assistants vocaux embarqués, seuls 28% la décrivent comme « excellente », avec 59% la déclarant « satisfaisante, mais l'expérience doit être améliorée ». Pour une grande majorité, il est nécessaire d'améliorer l'envoi de commentaires ou de réclamations (61%), la commande de services de mobilité spécifiques (60%), la prise de rendez-vous pour l'entretien du véhicule (60%) ainsi que l'intégration des assistants vocaux embarqués avec les applications de domotique telles que le contrôle de température (63%).

En plus d'améliorer l'expérience dans les principaux cas d'usage, le rapport indique que les entreprises du secteur automobile doivent s'attaquer aux préoccupations relatives à la protection de la vie privée et à la sécurité des données : 50% des consommateurs déclarent ne pas faire confiance aux assistants vocaux en ce qui concerne leurs données personnelles, et 48% les trouvent trop intrusifs et pensent qu'ils demandent trop d'informations personnelles.



« Les assistants vocaux deviennent une partie intégrante de l'expérience que vivent les gens en voiture, et de la façon dont ils gèrent leur vie en toute sécurité pendant leurs déplacements » déclare Markus Winkler, Vice-président exécutif, à la tête du secteur Automobile du groupe Capgemini. « Ce rapport montre comment l'industrie automobile devrait utiliser la voix comme outil stratégique, tant pour renforcer la relation client que pour faire progresser leurs revenus grâce aux services connectés. »

« Pour aller plus loin, l'industrie doit sensibiliser les consommateurs aux capacités vocales et à la sécurité des données. Elle doit se concentrer sur l'adaptabilité, la personnalisation mais aussi plus d'intelligence pour s'efforcer d'améliorer la situation et l'intégration entre les assistants vocaux embarqués et à domicile afin d'optimiser leur valeur, » ajoute-t-il.

La voix offre des opportunités pour améliorer revenus et relation client

Selon l'étude, les entreprises du secteur automobile capables d'améliorer leurs assistants vocaux seront en mesure de bénéficier à la fois d'une meilleure relation client et de générer de nouvelles opportunités de revenus. Les clients qui ont une bonne expérience avec un assistant vocal ont déclaré être susceptibles d'en parler à leurs amis et leur famille (73%), de compter davantage sur l'assistant vocal que sur les systèmes traditionnels de service à la clientèle (65%), et de s'abonner à d'autres services offerts par le même constructeur (58%).

De plus, cette plus grande mobilisation peut se traduire par une amélioration des revenus. A l'échelle mondiale, plus d'un tiers des consommateurs (37%) déclarent être prêts à payer une prime ou un abonnement mensuel pour un abonnement vocal installé ou intégré dans leur voiture, et 48% déclarent être prêts à l'envisager à l'avenir - les jeunes conducteurs étant les plus motivés (47% des conducteurs âgés de 22 à 31 ans, contre 29% des conducteurs âgés de 45 à 59 ans et 18% des plus de 60 ans).

L'industrie surestime les capacités de ses assistants vocaux

Les dirigeants des grandes entreprises du secteur automobile comprennent l'importance stratégique des assistants vocaux, et 72% déclarent qu'ils sont un facteur clé de la stratégie d'entreprise et de relation client de l'organisation. Toutefois, le rapport souligne qu'ils ne sont actuellement pas en phase avec leurs clients en ce qui concerne les capacités des assistants vocaux. La grande majorité (81%) déclare que les assistants « répondent souvent aux besoins et préférences du consommateur lorsqu'ils formulent des suggestions », une vision approuvée par seulement 59% des consommateurs. Il existe également un écart important entre la proportion de dirigeants (84%) et de consommateurs (65%) qui pensent que les assistants s'améliorent en permanence en fonction des suggestions personnalisées d'un utilisateur, et l'opinion sur leur capacité à prendre en compte le contexte lors des interactions (74% des dirigeants contre 59% des consommateurs).

Vous pouvez télécharger une copie du rapport [ici](#) :

Méthodologie du rapport

Dans le cadre de cette étude, le *Capgemini Research Institute* a mené une enquête auprès de :

- Plus de 7 000 consommateurs utilisant des assistants vocaux embarqués en France, en Allemagne, en Inde, en Italie, aux Pays-Bas, en Norvège, en Espagne, en Suède, au Royaume-Uni et aux États-Unis.
- 300 cadres dirigeants de grands groupes automobiles, répartis dans ces dix pays, avec un chiffre d'affaires de plus d'un milliard de dollars US
- Réalisation de plus d'une dizaine d'entretiens approfondis avec des cadres supérieurs de l'automobile et des fournisseurs de services vocaux.



À propos de Capgemini

Capgemini est un leader mondial du conseil, des services informatiques et de la transformation numérique. A la pointe de l'innovation, le Groupe aide ses clients à saisir l'ensemble des opportunités que présentent le cloud, le digital et les plateformes. Fort de 50 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, il accompagne les entreprises et organisations dans la réalisation de leurs ambitions, de la définition de leur stratégie à la mise en œuvre de leurs opérations. Pour Capgemini, ce sont les hommes et les femmes qui donnent toute sa valeur à la technologie. Résolument multiculturel, le Groupe compte plus de 200 000 collaborateurs présents dans plus de 40 pays. Il a réalisé un chiffre d'affaires de 13,2 milliards d'euros en 2018.

Plus d'informations sur www.capgemini.com. *People matter, results count.*

À propos du Capgemini Research Institute

Le « Capgemini Research Institute » est le centre de recherche de Capgemini. Il publie régulièrement des études sur l'impact des technologies numériques au sein des organisations et des grands secteurs économiques. L'équipe de l'Institut s'appuie sur le réseau international d'experts de Capgemini et travaille en étroite collaboration avec les partenaires académiques et technologiques du Groupe. Il dispose de plusieurs centres de recherche dédiés en Inde, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis. Il a été récemment classé N°1 mondial pour la qualité de ses recherches par des analystes indépendants.

Plus d'informations sur <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>