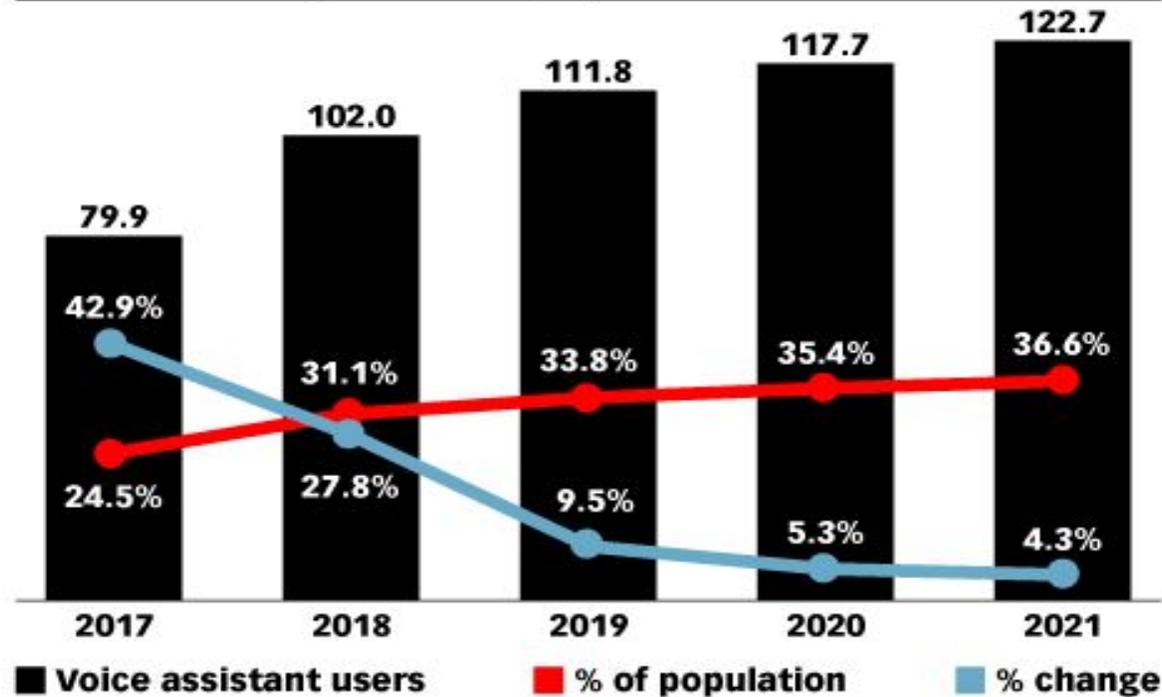


# Голосовые ассистенты

- Использование голосовых ассистентов
- Для чего используют голосовой поиск в мире
- Через какие устройства обращаются к голосовым ассистентам
- Проблемы пользователей при использовании голосового поиска
- Где чаще используют голосовых ассистентов
- Рынок голосовых ассистентов
- Поисковые голосовые запросы
- Голосовые ассистенты и умные колонки в России
- Голосовые ассистенты в России
- Голосовые ассистенты. Прогнозы для России
- Голосовые ассистенты. Прогнозы и мнения
- Использование голосовых ассистентов во время COVID-19

# Использование голосовых ассистентов

**US Voice Assistant Users and Penetration, 2017-2021**  
millions, % change and % of population



Note: individuals of any age who use voice assistants at least once a month on any device  
Source: eMarketer, May 2019

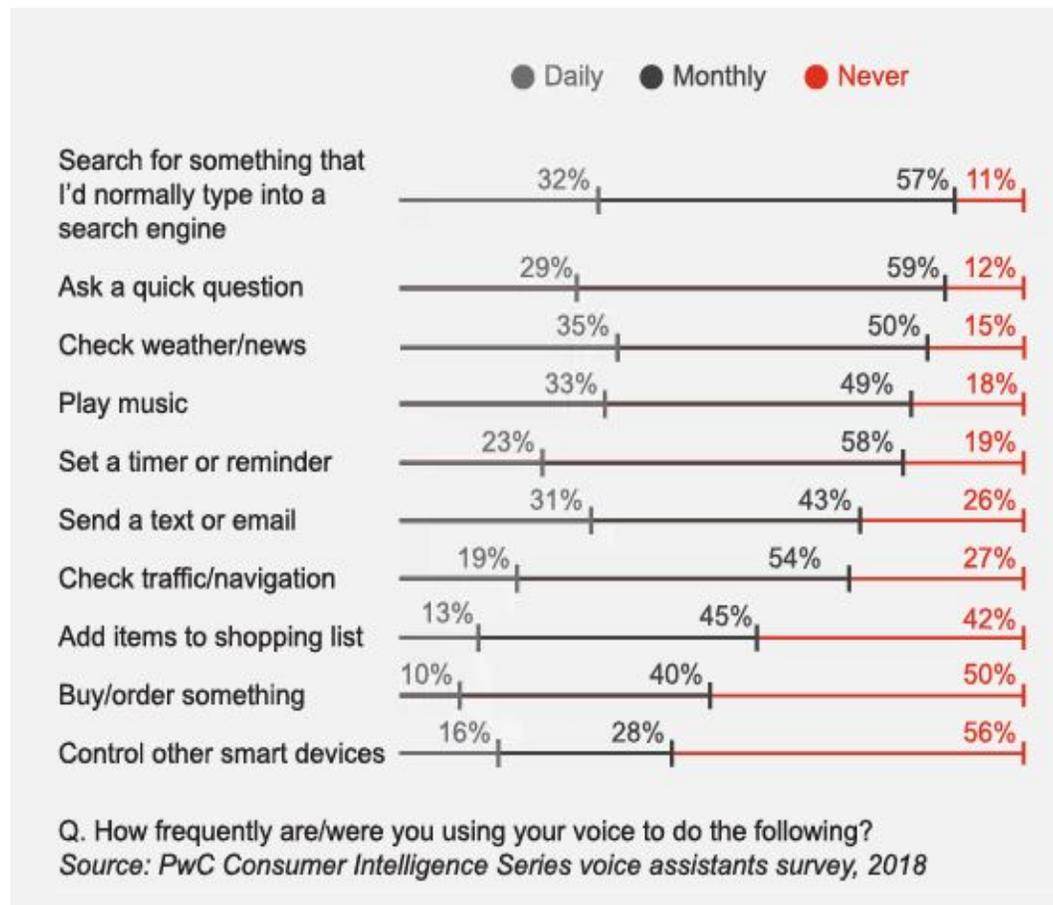
247894

www.eMarketer.com

В мае 2019 г. eMarketer оценивал, что в 2019 году в США 111,8 млн человек будут пользоваться голосовыми помощниками ежемесячно, что на 9,5% больше, чем в прошлом году.

Это эквивалентно 39,4% интернет-пользователей и 33,8% от общей численности населения.

# Для чего используют голосовой поиск в мире



По данным исследования Adobe (для 1000 пользователей голосовых технологий в США) люди уже используют голос для решения самых разных простых задач - телефонные звонки, текстовые сообщения, проверка погоды и воспроизведение музыки. Но большинство говорят, что не станут использовать его для более сложных задач, таких как персональный банкинг (61%) или бронирование поездок (52%).

По данным Searchengineland, почти половина пользователей (48%) использует голосовой поиск, чтобы быстро найти ответы на общие вопросы в Интернете. Когда пользователи находятся в дороге или когда они ограничены во времени, пользователи используют быстрый голосовой поиск для получения простых ответов. Однако, когда речь идет о более серьезных темах, которые требуют изучения, многие пользователи будут искать информацию вручную. Такой поиск даёт им возможность читать, тщательно понимать и уделять информации должное внимание.

Исследование rwc (опрос 1000 американцев, от 18 до 64 лет, а также две фокус-группы; 2018 г.) показало, что 35% людей ежедневно следят за новостями и проверяют погоду с помощью своих голосовых помощников. Но 15% предпочитают делать это по старинке.

# Через какие устройства обращаются к ГОЛОСОВЫМ ассистентам

Самыми популярными устройствами, используемыми для голосовых технологий являются смартфоны (85%), намного опережая колонки(39%). Что говорит о том, что голос и экраны составляют выигрышный дуэт.

80% пользователей согласны с тем, что визуальные элементы позволят им использовать голосовую технологию для более широкого круга задач, при этом 83% говорят, что экран, повторяющий команду, выданную для подтверждения понимания, будет особенно полезен.

Что касается частоты использования, 44% респондентов заявили, что используют голосовые технологии в той или иной форме ежедневно (по данным Adobe; для 1000 пользователей голосовых технологий в США).

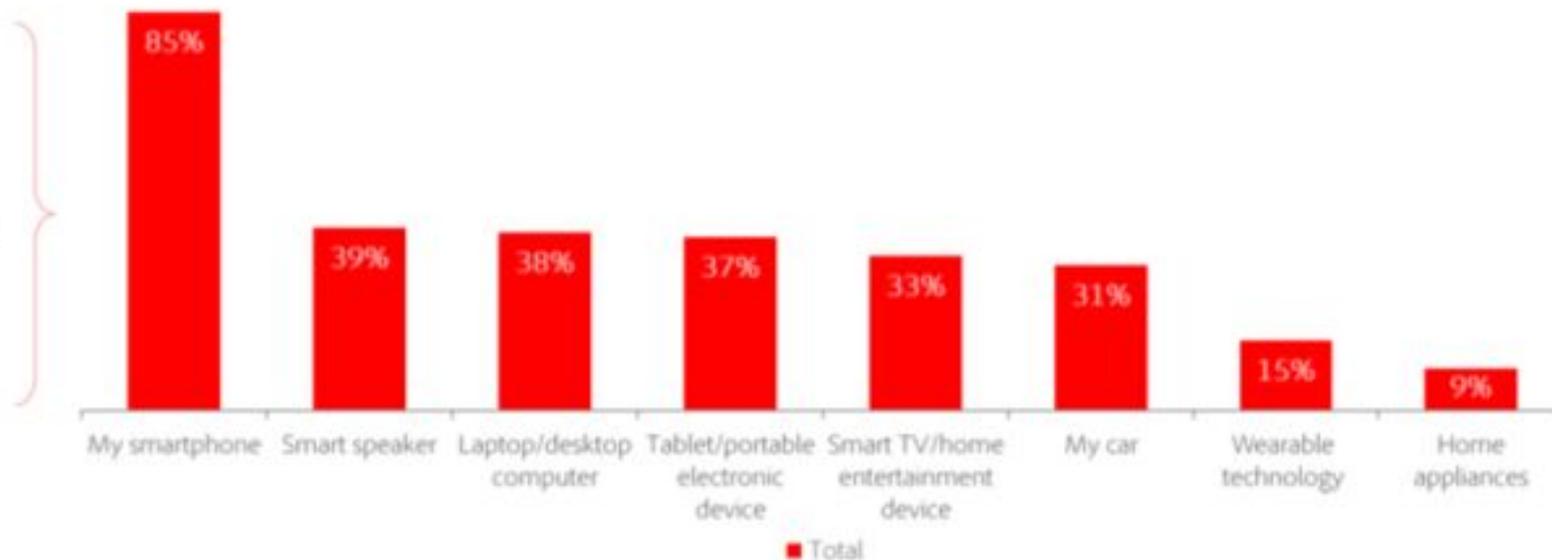
# Через какие устройства обращаются к ГОЛОСОВЫМ ассистентам

Frequency of Use  
(Shown: Percent selected response)

44%

Of users say they use voice technology daily

Voice Technology Devices  
(Shown: Percent selected response)

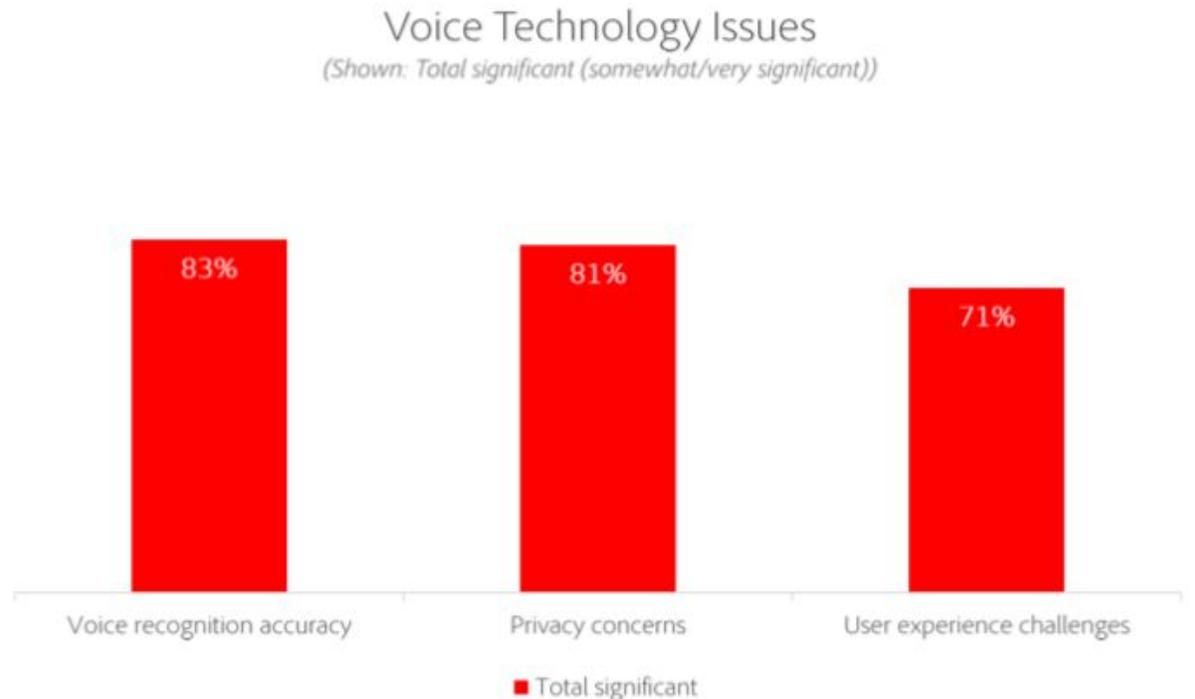


# Проблемы пользователей при использовании голосового поиска

К основным проблемам, с которыми сталкиваются пользователи при использовании голосового поиска можно отнести точность и конфиденциальность.

83% пользователей отметили точность и 81% упомянули проблемы с конфиденциальностью. В поддержку этой идеи опрос NPR показал, что конфиденциальность является проблемой как для владельцев и не владельцев колонок и это может влиять на принятие колонок.

Вопрос, связанный с приведенным на слайде графиком, звучал так: «Насколько значительным, по вашему мнению, является каждый из них?»



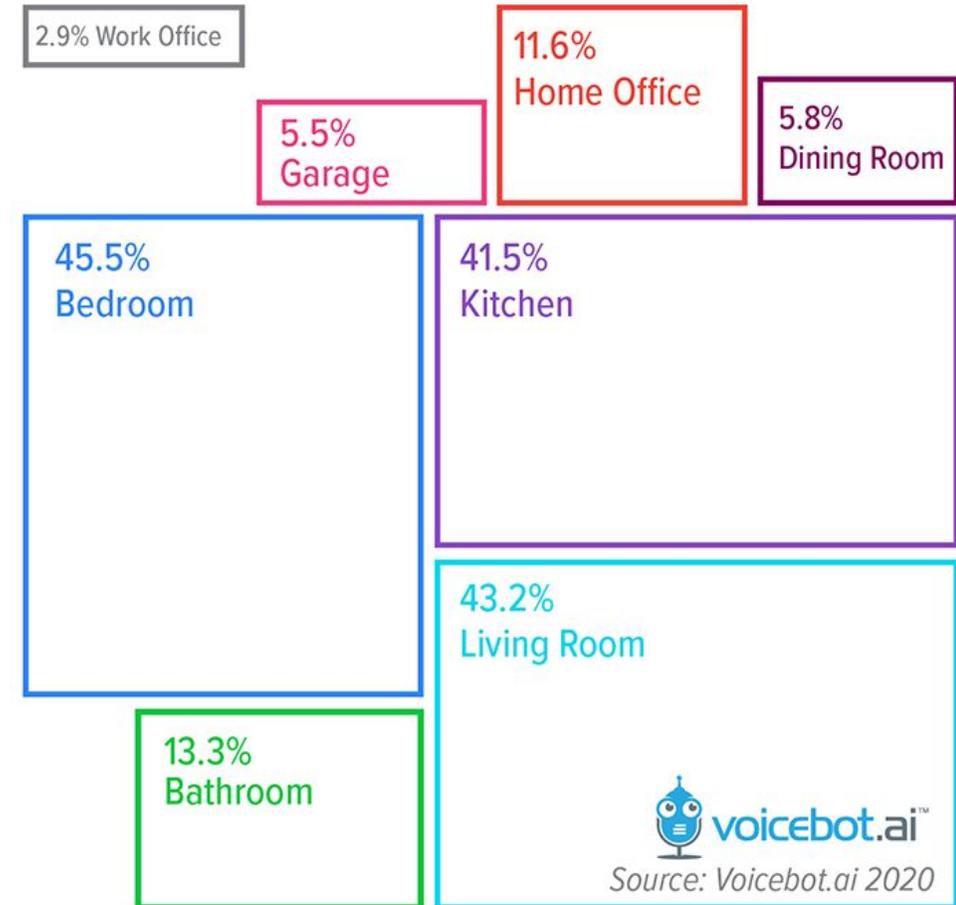
# Где чаще используют голосовых ассистентов

В январе 2020 года 45,5% владельцев колонок (на графике это smart speaker) заявили, что у них есть устройство в спальне. Это сопоставимо с 43,2% для гостиной и 41,5% для кухни, два популярных результата в 2019 и 2018 годов.

В 2019 году спальня была местом выбора только для 37,6% потребителей и в 2018 году для 36,8%.

Потребители с устройством в спальне также значительно чаще пользуются колонки для мультимедиа, новостей, умного дома и сторонних голосовых приложений, таких как Alexa и Google Actions. Эти пользователи на 21%-25% чаще слушают потоковую музыку, радио и подкасты ежедневно, чем все владельцы устройств. Также они на 27% чаще ежедневно слушают новости. Это хорошо согласуется с развлекательными и новостными службами, являющимися частью утренней и вечерней рутины потребителей.

Where Consumers Have Smart Speakers in 2020



# РЫНОК ГОЛОСОВЫХ АССИСТЕНТОВ

Amazon поддерживает крупнейшую установленную базу интеллектуальных колонок в США на уровне 53% в январе 2020 года по сравнению с 61% в 2019 году.

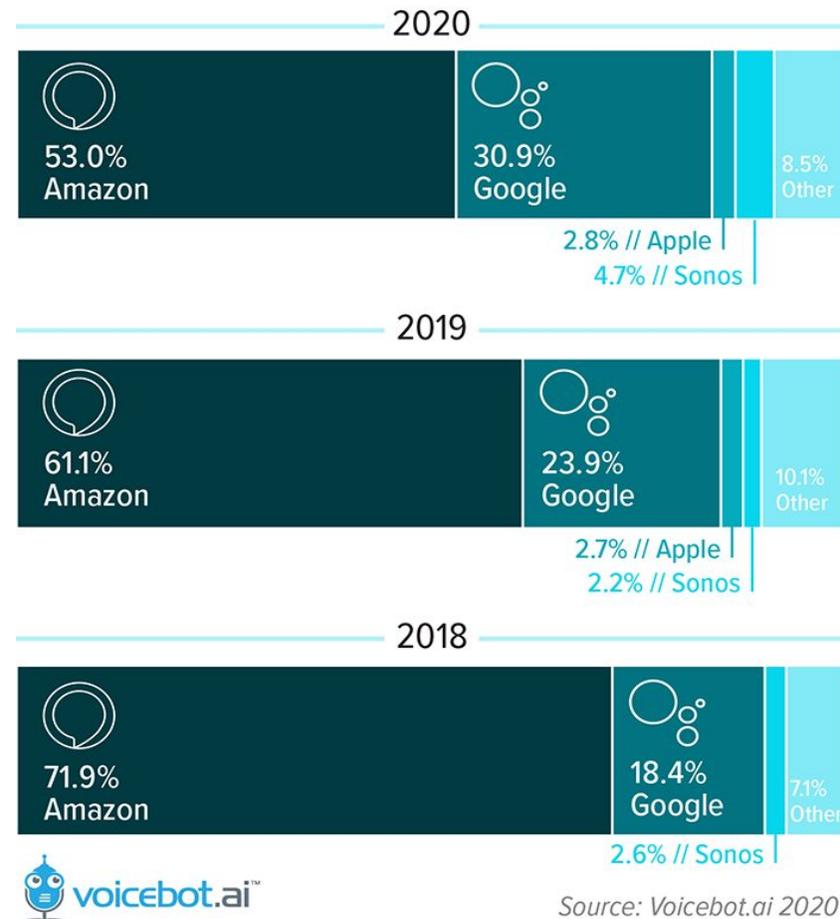
Относительная доля рынка Google Smart Speaker выросла в 2019 году с 24% до 31%

Sonos более чем удвоил свою относительную долю рынка, увеличившись с 2,2% до 4,7%

Данные, опубликованные в апреле 2020 г., показывают, что Amazon по-прежнему управляет самой большой установленной базой пользователей интеллектуальных колонок в США, но ее лидерство продолжает снижаться.

В опросе приняли участие более 1000 взрослых американцев.

U.S. Smart Speaker Market Share by Brand  
January 2018 - 2020



Источник данных:

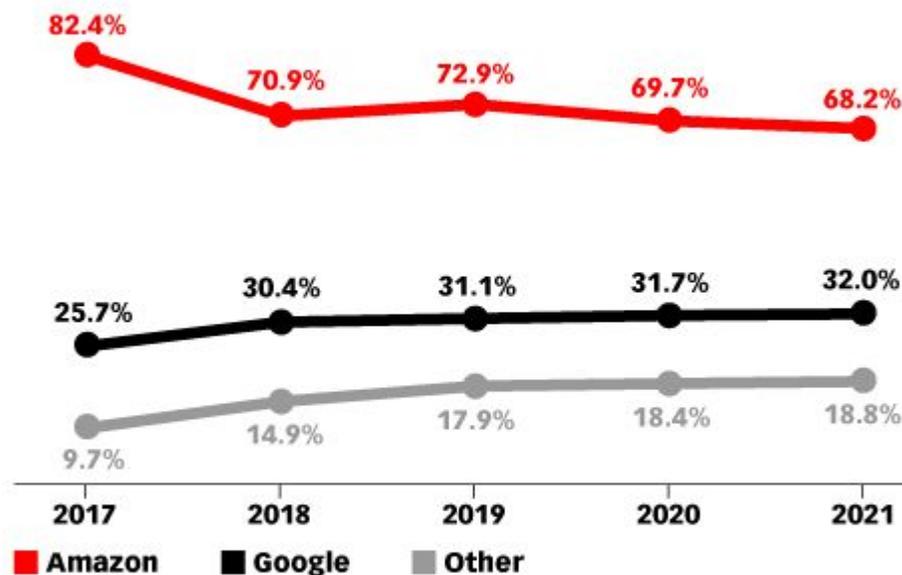
<https://voicebot.ai/2020/04/28/amazon-smart-speaker-market-share-falls-to-53-in-2019-with-google-the-biggest-beneficiary-rising-to-31-sonos-also-moves-up/>

# РЫНОК ГОЛОСОВЫХ АССИСТЕНТОВ

Amazon, которая уже занимает доминирующее положение на рынке интеллектуальных колонок в США, продолжит удерживать это лидерство до 2021 года, и, согласно оценкам eMarketer, примерно 70% всех пользователей smart speaker в США, как ожидается, будут использовать устройство Amazon Echo.

В этом году 69,7% пользователей smart speaker в США будут использовать Echo, по сравнению с 72,9% в прошлом году. Для сравнения, 31,7% пользователей интеллектуальных колонок обратятся к устройствам под брендом Google, а 18,4% будут использовать другие марки интеллектуальных колонок, включая Apple HomePod, Harmon Kardon Invoke и Sonos One. Эти проценты составляют более 100%, потому что некоторые пользователи умных динамиков используют более одной марки динамиков.

**US Smart Speaker Users, by Brand, 2017-2021**  
% of smart speaker users



*Note: individuals of any age who use a smart speaker at least once per month; users of each device are not mutually exclusive with speaker users of different brands*

*Source: eMarketer, Nov 2019*

252417

www.eMarketer.com

# Поисковые голосовые запросы

Почти 20% всех голосовых поисковых запросов запускаются набором из 25 ключевых слов. Они состоят в основном из вопросительных слов типа «как» или «что» и прилагательных типа «лучший» или «легкий» (по данным seoClarity, 2017 г.)

Trigger Words	Count	% of Total
how	658,976	8.64%
what	382,224	5.01%
best	200,206	2.63%
the	75,025	0.98%
is	53,496	0.70%
where	43,178	0.57%
can	42,757	0.56%
top	42,277	0.55%
easy	31,178	0.41%
when	27,571	0.36%
why	25,980	0.34%
who	24,930	0.33%
new	24,779	0.33%

Trigger Words	Count	% of Total
recipe	22,967	0.30%
good	22,807	0.30%
homes	21,132	0.28%
make	19,774	0.26%
does	19,449	0.26%
define	19,375	0.25%
free	18,315	0.24%
i	18,245	0.24%
list	17,136	0.22%
home	17,118	0.22%
types	16,575	0.22%
do	16,448	0.22%

# Поисковые голосовые запросы

52% владельцев smart speaker заинтересованы в получении информации о сделках, продажах и рекламных акциях от брендов . Потребители открыты для установления отношений с брендами через голосовые каналы (по данным Google, август 2017 г.).



of those who own a voice-activated speaker would like to receive info about deals, sales, and promotions from brands.

Think with Google

Google/Peerless Insights, U.S., "Voice-Activated Speakers: People's Lives Are Changing," n=1,642, U.S. monthly active voice-activated speaker owners (Amazon Echo/Dot and Google Home) A18+, Aug. 2017.

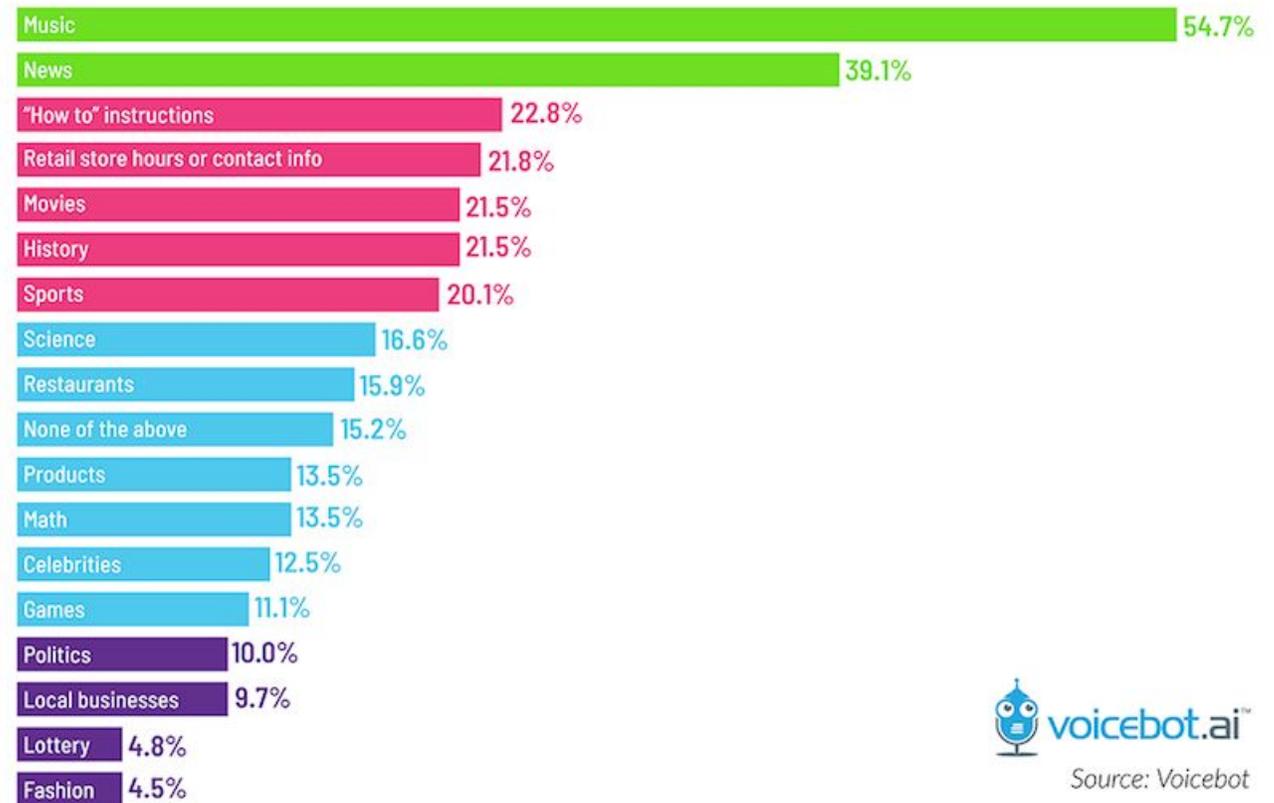
# Поисковые голосовые запросы

Опрос Voicebot, проведённый в 2018 г. среди взрослых американцев показал какого типа запросы владельцы smart speaker задают своим колонкам.

Вопросы о музыке (54,7%) и новостях (39,1%) встречались чаще остальных. Это неудивительно, ведь прослушивание музыки является наиболее популярным ежемесячным и ежедневным использованием smart speaker.

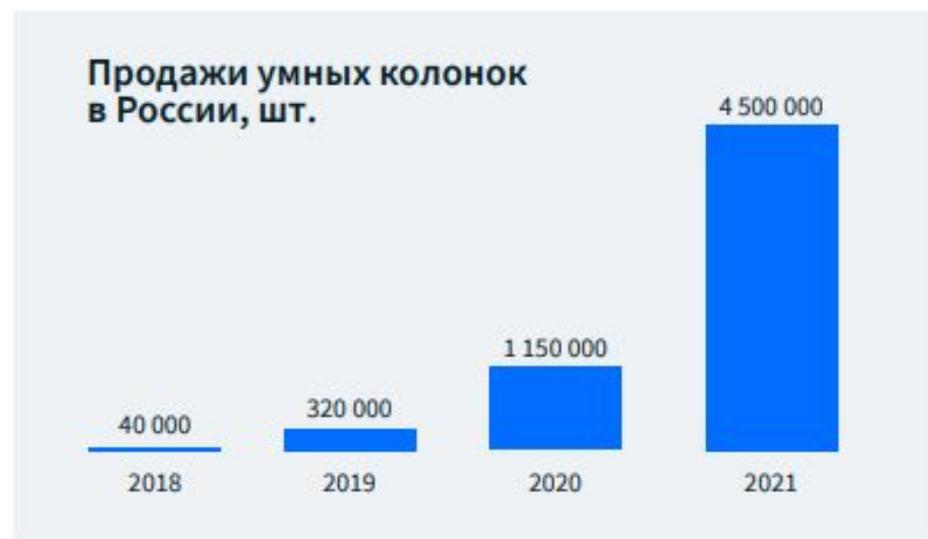
После музыки и новостей, ряд задач, ориентированных на задачи, всплыл на вершину. Запросы, содержащие слово «как», часы работы розничного магазина, а также информация о фильмах и ресторанах - это случаи использования, которые многие из нас привыкли выполнять на смартфоне.

Information Topics Most Requested on Smart Speakers 2018



Source: Voicebot

# Голосовые ассистенты и умные колонки в России



**6 000 000**

К концу 2021 года, по нашим расчетам, на российском рынке будет уже около 6 млн устройств.

**~13%**

из них будет приходиться на сегмент умных экранов.

2020

**1 150 000**

устройств под управлением голосовых ассистентов будет продано на российском рынке в 2020 году.

**~ в 4 раза**

вырастет российский рынок умных колонок в 2020 году.

**60% vs 40%**

60% составит доля Яндекса и партнеров на рынке умных устройств России в 2020 году.

40% будет приходиться на устройства на базе Google Ассистента и девайсы новых игроков.

**\$100 млн**

Объем российского рынка умных колонок к концу 2020 года достигнет 100 млн долларов.



По оценкам Just AI

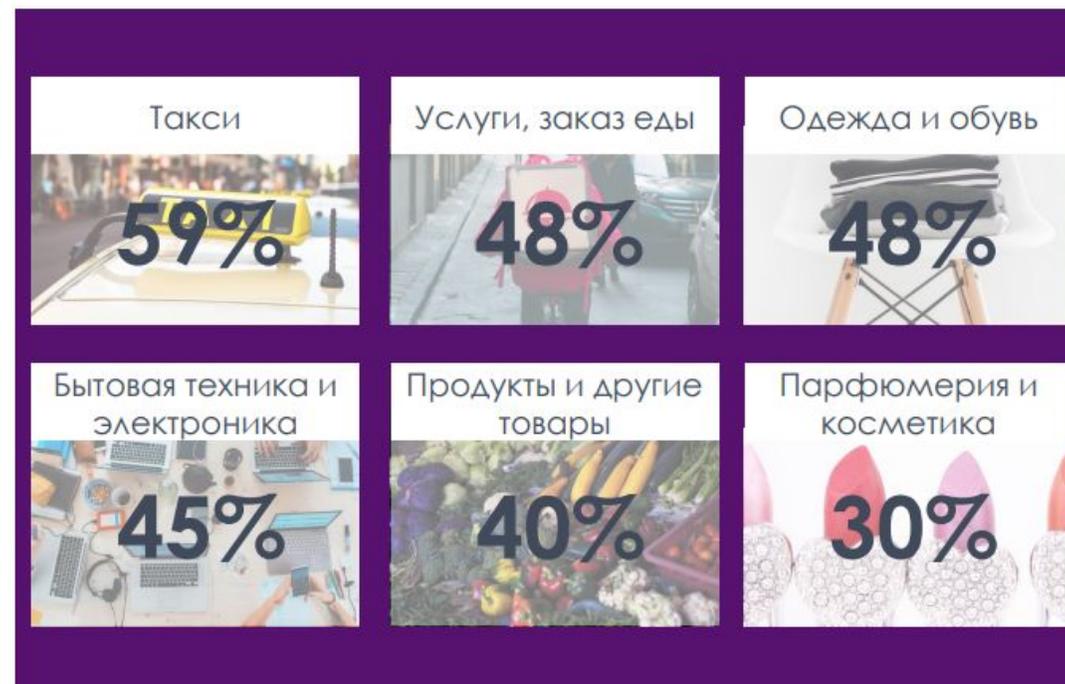
# Голосовые ассистенты в России

Mindshare представили результаты исследования популярности голосовых технологий в России.

- Среди россиян в возрасте 18–55 лет 59,4 млн человек используют голосовые технологии раз в месяц или чаще. Из всех респондентов 60% делают это чаще раза в неделю, а 78% — хотя бы раз в месяц.
- В целом голос чаще всего используется для поиска информации (83%), голосовых сообщений (56%), взаимодействия с голосовыми помощниками (37%) и навигации (29%).
- Самым популярным голосовым ассистентом в России является «Алиса» — о ней осведомлены 96% респондентов и используют 18,4%. На втором месте Google Assistant — он есть у 6,3% участников исследования, а знают о нем 67%. О существовании Siri знают 61% опрошенных, из которых 5,1% обращаются к ней.
- Для совершения покупок голосовой помощник используют 30% россиян, самая популярная — поездка на такси (59%). В топ-3 также входят услуги и еда (48%), а также одежда и обувь (48%).
- Никогда не пользовались голосовыми технологиями 6% опрошенных, но 87% из них допускают такую возможность в будущем.

# Голосовые ассистенты в России

## ПОКУПКИ ГОЛОСОМ



## ГДЕ НЕ ХВАТАЕТ ГОЛОСА?



Источник: Исследование голосовых технологий, Mindshare, Россия, 2019, n=1399



# Голосовые ассистенты. Прогнозы для России

В России, по данным компании Just AI, в 2018 году рынок голосовых AI составлял порядка 0,5 млрд руб. Сохраняя текущие темпы роста, в 2023 году рынок может достигнуть уже 33 млрд руб.



По словам Вадима Дьякова, директора по инновациям АДВ, основные барьеры входа на этот рынок снижаются. Так, высокая стоимость нивелируется тем, что голосовые ассистенты есть в каждом девайсе. Сложность применения и недостаток доверия также уходят на второй план. По данным АДВ, уже сегодня более половины (52%) владельцев умных колонок готовы заказывать товары и услуги с помощью голосовых ассистентов.

# Голосовые ассистенты. Прогнозы и мнения

Даниил Колесников, «Яндекс.Алиса» — о формате ответов:

«Запрос очень легко делать голосом, это естественно и просто. А ответ голосом получать не всегда правильно. Как только перед вами встает какой-то выбор, все опции перечислять голосом очень долго. Есть такой подход, voice in — image out. В некоторых случаях ответ лучше выводить на ближайший экран (телевизор, телефон, панель автомобиля и другие). А голосовые ответы будут тогда, когда запросы соответствуют очень коротким ответам. Например, погода. Или когда вы спрашиваете музыкальный трек. В целом, рынок идет в следующую сторону — вы даете голосовой запрос, и получаете ответ той модальности, которая соответствует этому запросу».

Кирилл Петров, Just AI — о внедрении стратегий:

«На всех конференциях говорят о том, что любая крупная компания, любой бизнес должен иметь уже свою voice strategy. Голос — это не единственный интерфейс, но голос срастается с другими интерфейсами, он связывается с ними и превращается в одну из удобных форм взаимодействия с окружающим миром.

Куда все будет двигаться дальше? Посмотрим на Alexa, которая задает тренды на этом рынке. Представители компании на Web Summit в Лиссабоне рассказали, что она будет становиться проактивной, и если до сих пор она выполняла команды, то дальше она будет вести диалоги, предлагать что-то. И здесь мы уже пересекаемся с другими областями искусственного интеллекта. По мере того, как ассистент все больше и больше узнает вас, на ваше желание сходить в кино он понимает, какое кино вы предпочтете, какой кинотеатр находится ближе, в этот же момент может вызвать вам такси. Ассистенты будут играть важную роль, взаимодействуя с нами, предсказывая и предвидя наши потребности».

# Голосовые помощники. Прогнозы

К 2023 году, по прогнозам Juniper Research, в мире будет использоваться 8 млрд голосовых ассистентов — на одного человека будет приходиться два-три ассистента, а число активных пользователей достигнет 3-4 млрд человек. Сегодня среди голосовых помощников для умных колонок доминируют Alexa от Amazon и Google Assistant, для смартфонов — Google Assistant и Siri от Apple.

В ResearchAndMarkets ожидали, что через три-четыре года мировой рынок виртуальных ассистентов и навыков для них вырастет в четыре раза, до \$9 млрд.

Новое исследование Juniper обнаружило, что наиболее быстро растущими категориями голосовых помощников в течение следующих 5 лет будут:

- Smart TV - 121,3% CAGR
- Умные колонки - 41,3% CAGR
- Носимых - 40,2% CAGR

По мере роста спроса на мультиплатформенные помощники количество автономных приложений, выпускаемых независимыми поставщиками для смартфонов и планшетов, будет снижаться. Juniper ожидает, что доходы от этих приложений начнут падать на ключевых рынках с 2022 года. Большим исключением здесь является Китай, где такие компании, как WeChat и Alibaba, предоставляют предложения на основе приложений наряду с динамиками, которые не являются частью операционной системы. Это означает, что в ближайшие 5 лет в Китае будет установлено 78% приложений голосового помощника во всем мире.

# Использование голосовых ассистентов во время COVID-19

Согласно данным, опубликованным NPR и Edison Research, вспышка коронавируса заставила всё больше потребителей обращаться к своим интеллектуальным колонкам за новостями, информацией, музыкой и развлечениями.

Около трех четвертей взрослого населения США в возрасте 18 лет и старше заявили, что на их рутину повлиял COVID-19, и в результате их привычки к СМИ изменились. С момента вспышки 35% владельцев smart speaker в США говорят, что они слушают больше новостей и информации через свое устройство, а 36% говорят, что они увеличили потребление музыки и развлечений.

Эти цифры меняются ещё больше, если смотреть на возрастную группу 18-34 года. Здесь 50% сообщают об увеличении потребления новостей и информации, а 52% заявили, что они стали чаще слушать музыку и другие виды развлечений.

# Использование голосовых ассистентов во время COVID-19

Общее время, потраченное на прослушивание новостей через smart speaker, увеличилось по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Весной 2019 года 30% сказали, что слушали 3 или более часов в неделю, 40% сказали, что от 1 до 3 часов, а 30% сказали, что менее одного часа.

Весной 2020 года на карантинной основе эти цифры увеличились до 32% (3+ часа), 43% (от 1 до <3 часов) и 25% (<1 часа) соответственно.

