**Pressekontakt:**

*Gunilla Resare*

*Tel: + 47 450 025 42*

*E-mail:* [gunilla.resare@capgemini.com](mailto:gunilla.resare@capgemini.com)

**Bruken av taleassistent i bil står overfor gjennombrudd – men forbrukerne peker på utfordringer**

**Oslo, 5. december, 2019 – En ny internasjonal rapport fra** [**Capgemini**](http://www.capgemini.com) **viser at forbrukerne er mer enn klare for å ta i bruk digitale talestyrte assistenter i bil. Hele 95 prosent oppgir at de forventer å ta i bruk denne teknologien i løpet av de neste tre årene, samtidig som brukerne har store forventninger til forbedring av tjenestene fremover.**

Den nye rapporten [Voice on the go: How can auto manufacturers provide a superior in-car voice experience](https://www.capgemini.com/research/voice-on-the-go/?utm_source=pr&utm_medium=referral&utm_content=automotive_none_none_pressrelease_none&utm_campaign=Auto_cri_auto-voice)ser på forbrukernes forventninger og hvordan de opplever bruken av talestyrte assistenter i bil. I tillegg ser rapporten nærmere på hvordan bilbransjen selv vurderer fremtiden på dette feltet, og hvordan talestyre assistenter åpner for store muligheter til bedre brukeropplevelser. I den norske delen av undersøkelsen kommer det frem at bilbransjen selv ser på tjenestene som mer utviklet enn hva brukerne selv opplever.

*-Studien inkluderer det norske markedet, og den viser at også vi nordmenn er klare for å bruke talestyrte assistenter mer fremover. Men selv om vi tradisjonelt er mer modne enn andre markeder når det gjelder å ta i bruk ny teknologi er ikke nordmenn fullt så ivrige som det globale gjennomsnittet. Det norske markedet ligger også bak det internasjonale når forventninger til denne teknologien måles. Én årsak til det er at teknologien fortsatt er relativt fersk her til lands, og at det enn så lenge er et begrenset antall gode tjenester tilgjengelig med norsk språk*, sier Joakim Anker-Sletholt fra Capgemini Invent.

Han peker på at denne typen teknologi kommer til å vokse innenfor flere bransjer, og særlig innenfor varehandelen, i årene fremover. Samtidig trekker han frem bilbransjen som særlig aktuell i den videre utviklingen av teknologien.

Nordmenn er altså ikke like ivrig på å ta i bruk taleassistenter som det globale gjennomsnittet, og det er kun 43 prosent nordmenn, sammenlignet med 54 prosent globalt, som svarer at de er «helt sikre» på at de kommer til å bruke stemmestyrte assistenter i løpet av de kommende tre årene.

*-Mange har fortsatt en noe høy terskel for å ta i bruk talestyrte assistenter utenfor hjemmet, litt som enkelte i en tidlig fase vegret seg for å snakke i handsfree når de gikk på gaten. Men i bilen sitter man ofte alene og er i en privat sfære. Samtidigønsker man i minst mulig grad å ta konsentrasjonen unna trafikken, ved for eksempel å slippe å fikle med mobiltelefonen og styre bilens navigasjonssystem. Med alle mulighetene og behovene man har når man kjører moderne biler, kan talestyrte assistenter være veien til en mer bekvem og trygg kjøreopplevelse,* sier Anker-Sletholt.

Rapporten peker videre på bekymringer rundt datasikkerhet og personvern som hindre når teknologien skal spres. Anker-Sletholt mener at bransjen må ta dette på alvor i dialogen med markedet.

*-Når man bruker den talestyrte assistenten sin i bilen vil man gjerne benytte den til mer enn kun funksjoner og tjenester knyttet til selve bilen. Man vil sette opp en bestilling av matvarer, ordne med huskelister og avtaler i kalenderen, og kontrollere smart-enheter i hjemmet sitt. Her deler man da betydelig mengder personlige data med den talestyrte assistenten, noe som vi ser leder til bekymringer hos forbrukerne om behandlingen av disse dataene og spørsmål om personvern*, sier Anker-Sletholt.

Rapporten viser at 56 prosent av de norske respondentene foretrekker en personlig tilpasning av taleassistentene sine, noe som tilsvarer det globale gjennomsnittet. Allikevel ønsker kun 43 prosent her til lands, sammenlignet med 60 prosent globalt, å gi assistenten et navn. Det henger sammen med at vi i Norge er mer avventende til at den stemmestyrte assistenten skal ha «personlighet», dersom man sammenligner med det globale gjennomsnittet.

Capgeminis undersøkelse viser at markedet ønsker forbedringer av teknologien. Rundt 60 prosent av forbrukerne mener at brukeropplevelsen i de talestyrte assistentene må forbedres, både internasjonalt og i Norge. I tillegg viser rapporten at bilforhandlere i Norge overvurderer evnene til de talestyrte assistentene om man ser svarene deres opp mot forbrukernes opplevelse. For eksempel oppgir 100 prosent av respondentene fra bilbransjen at de talestyrte assistentene forstår brukernes behov og preferanser, mens bare 41 prosent av forbrukerne sier det samme.

Det er mye arbeid som gjenstår før denne typen teknologi svarer til forventningene, og nøkkelen til videreutvikling ligger blant annet i samarbeid på tvers av bransjer, merkevarer og partnerskap som kan bygge sterke økosystem og skape gode og relevante tjenester. Bred tilgang til data og bruk av avansert analyse er også av vesentlig viktighet i videreutviklingen av teknologien og tjenestene på de talestyrte assistentene.

Bruken av talestyrte assistenter i bil har skutt fart gjennom ferdigintegrerte løsninger fra de store teknologileverandørene, hvor spesielt Amazon, Google og Apple konkurrerer om plassen i bilene. Samtidig ser vi fortsatt at noen av de store bilprodusenter jobber med sine egne løsninger for talestyrte assistenter.

*-Vi ser at forbrukerne forventer å kjenne igjen stemmen til «sin» talestyrte assistent i alle sammenhenger – enten det er gjennom smarthøyttalere i hjemmet, på smarttelefonen eller i bilen. Man ønsker en sømløs tilgang til sitt kjente og vante økosystem av tjenester på tvers av enhetene, som er noe bilbransjen må ta hensyn til,* sier Anker-Sletholt.

[Her kan du lese hele rapporten](https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2019/11/Report-%E2%80%93-Voice-on-the-Go.pdf)

**Metode**

I denne studien har Capgemini Research Institute:

* Gjennomført en undersøkelse med over 7000 forbrukere som bruker stemmestyrte assistenter i bil, i Frankrike, Tyskland, Italia, Nederland, Norge, Spania, Sverige, Storbritannia og USA.
* Gjennomført en tilsvarende undersøkelse blant 300 ansatte i ledende stillinger hos større mobilitets- og bilselskaper med en årlig inntekt på over én milliard amerikanske dollar.
* Gjennomført over ti dybdeintervjuer med ledere innen mobilitets- og bilselskaper samt produsenter av stemmeassistenter

**Om Capgemini**

Som en global leder innen konsulent- og teknologitjenester og digital transformasjon er Capgemini i forkant av innovasjon gjennom å hjelpe kundene å realisere muligheter innen skytjenester, digitalisering og plattformsløsninger. Med 50 års erfaring og dyp bransjeekspertise gjør Capgemini kundene i stand til å realisere sine ambisjoner innenfor et spekter av tjenester som spenner fra strategi til operasjonalisering. Capgemini er overbevist om at forretningsverdien av teknologi skapes av og gjennom mennesker. Capgemini er et multikulturelt selskap med over 200 000 ansatte i mer enn 40 land. I 2018 rapporterte konsernet en omsetning på 13,2 milliarder Euro.

**Om Capgemini Research Institute**

Capgemini Research Institute er en in-house tenketank på alt digitalt. Instituttet publiserer innsikt relatert til innvirkningen den digitale teknologien har på tradisjonelle virksomheter. Teamet bruker Capgeminis globale nettverk av eksperter, og jobber i nært samarbeid med akademiske og teknologiske partnere. Instituttet har dedikerte sentere i India, Storbritannia og USA. Instituttet ble nylig rangert som nummer en i verden på bakgrunn av kvaliteten av undersøkelsene og innsikten de leverer.

Besøk oss på [https://www.capgemini.com/researchinstitute/.](https://www.capgemini.com/researchinstitute/)