

La búsqueda por voz es menos popular hoy de lo que era en 2017, según un estudio de HigherVisibility

La investigación, titulada ‘¿Cómo de popular es la búsqueda por voz?’, se publicó originalmente en 2017 y se llevó a cabo nuevamente en 2018, ofreciendo una visión intrigante de los cambios en los hábitos de búsqueda por voz de los consumidores y su percepción sobre esta alternativa para encontrar lo que necesitan en la red

De lejos, el hallazgo más notable del estudio de HigherVisibility es una disminución en el uso de búsqueda por voz en todos los ámbitos. Entre 2017 y 2018, el porcentaje de encuestados que utilizan la búsqueda por voz en un teléfono o altavoz inteligente al menos una vez por semana disminuyó del 27% al 21%, y el porcentaje que lo usó al menos una vez al mes disminuyó del 23% al 15%.

Aún más importante, el porcentaje de encuestados que dicen que ‘nunca’ usan la búsqueda por voz aumentó en 11 puntos porcentuales, de 29% en 2017 a 40% en 2018."

Estas cifras apuntan a una disminución general en el uso más informal de la búsqueda por voz, ya que los encuestados que utilizaron anteriormente la búsqueda por voz una vez al mes o quizás una vez a la semana han dejado de hacerlo, y algunos de los que pudieron haberla utilizado anteriormente de vez en cuando ya no usan la búsqueda por voz en absoluto", explican los expertos de TusIdeas, agencia de marketing ubicada en Madrid.

Las cifras de HigherVisibility indican que las motivaciones de las personas para utilizar la búsqueda por voz en lugar de escribir también han cambiado. En 2017, la razón más popular para usar la búsqueda por voz fue la facilidad de uso, con un 33% respondiendo que usar la búsqueda por voz es ‘más fácil’ que escribir una consulta.

Este porcentaje se redujo al 29% en 2018, y hoy la velocidad se ha convertido en la motivación más popular para usar la búsqueda por voz, motivación que fue citada por el 37% de los encuestados en 2018, frente al 26% de 2017.

¿Para qué sirve la búsqueda de voz? De acuerdo con los datos que arroja el estudio, el 18% de los encuestados en 2018 usó regularmente la búsqueda por voz para encontrar recetas, y el 15% lo utilizó para buscar conversiones de medidas.

Muchas personas también usan la búsqueda por voz para ayudarles a salir, con un 24% usándola regularmente para encontrar un negocio local, y un 40% usándola para pedir direcciones, la tarea más popular entre los usuarios de búsqueda por voz en 2018.

Quizás uno de los hallazgos más sorprendentes destacados por HigherVisibility es que menos

personas parecen confiar en la precisión de la voz en 2018 que en 2017.

En 2017, el 87% de los usuarios móviles encuestados consideraron que la búsqueda por voz era precisa, pero para 2018, esta cifra se había reducido al 82%. Los usuarios de búsqueda por voz también tenían menos confianza en sus asistentes de voz individuales, aunque las cifras variaban de asistente a asistente.

"Si bien la mayoría de los usuarios aún confía en los asistentes de voz, la disminución en la precisión percibida es inusual, ya que el reconocimiento y las respuestas de los asistentes generalmente han mejorado con el tiempo, a medida que las compañías implementan actualizaciones a su tecnología y los asistentes aprenden de una variedad más amplia de usuarios", mantienen los expertos de TusIdeas.

Sin embargo, el autor del estudio de HigherVisibility sugiere que la disminución de la satisfacción con los asistentes de voz podría ser "porque los usuarios comienzan a esperar más de sus asistentes de voz". Para las compañías que crean asistentes de voz, es genial que los usuarios se entusiasmen con sus asistentes de voz y lo que pueden hacer, pero solo si los resultados están a la altura de las expectativas.

Datos de contacto:

TusIdeas

<https://www.tusideas.es>

915 227 148

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Marketing E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>