

# BRAIN TRAIN

Die Bedeutung von Voice Search für  
das Online-Marketing - Online  
Marketing



**DIRK PACHE**

## **EIN UMFASSENDE LEITFADEN FÜR DEN ERFOLG**

In den letzten Jahren hat sich die Art und Weise, wie Menschen Informationen suchen und mit digitalen Geräten interagieren, dramatisch verändert. Die Einführung von sprachgesteuerten Assistenten wie Siri, Google Assistant und Amazon Alexa hat dazu geführt, dass Voice Search zu einem immer beliebteren und integralen Bestandteil des Alltags geworden ist.

In diesem ausführlichen Beitrag werden wir die Bedeutung von Voice Search für das Online-Marketing erörtern und aufzeigen, wie Unternehmen diese Entwicklung nutzen können, um ihre Reichweite zu vergrößern und ihre Marketingstrategien anzupassen.

## **DER AUFSTIEG VON VOICE SEARCH**

### **DIE GRÜNDE HINTER DEM WACHSTUM VON VOICE SEARCH**

#### **VERBESSERTE SPRACHERKENNUNGSTECHNOLOGIE**

Ein wichtiger Grund für das Wachstum von Voice Search ist die stetige Verbesserung der Spracherkennungstechnologie. Früher hatten Sprachassistenten Schwierigkeiten, die menschliche Sprache genau zu interpretieren. Heutzutage sind die Algorithmen jedoch viel fortschrittlicher, was zu einer besseren Erkennung und Interpretation von Sprachbefehlen führt. Dies hat das Vertrauen der Nutzer in die Sprachsuche gestärkt und zu einem gesteigerten Einsatz geführt.

## **BEQUEMLICHKEIT UND GESCHWINDIGKEIT**

Ein weiterer entscheidender Faktor ist die Bequemlichkeit und Schnelligkeit, die die Sprachsuche bietet. Es ist viel einfacher und schneller, eine Frage in das Smartphone oder ein intelligentes Lautsprechersystem zu sprechen, als sie mühsam eintippen. Insbesondere in Situationen, in denen die Hände beschäftigt sind oder es um komplexe Anfragen geht, erweist sich die Sprachsuche als überaus praktisch.

## **ALLGEGENWÄRTIGE VERFÜGBARKEIT VON SPRACHASSISTENTEN**

Die breite Verfügbarkeit von Sprachassistenten auf verschiedenen Geräten hat ebenfalls zu deren Popularität beigetragen. Viele Menschen nutzen ihre Smartphones, Tablets, Smartwatches oder intelligente Lautsprecher im Alltag, um Informationen abzurufen. Die Integration von Sprachassistenten in diese Geräte ermöglicht es den Nutzern, die Sprachsuche nahtlos in ihren Alltag zu integrieren.

## **NATÜRLICHE SPRACHVERARBEITUNG**

Die Fortschritte in der natürlichen Sprachverarbeitung (Natural Language Processing, NLP) haben ebenfalls einen erheblichen Einfluss auf das Wachstum der Voice Search. NLP ermöglicht es den Sprachassistenten, die menschliche Sprache besser zu verstehen und komplexe Anfragen zu verarbeiten. Dadurch kann die Sprachsuche präzisere Ergebnisse liefern und den Nutzern ein besseres Sucherlebnis bieten.

## **AUFSTIEG DER SPRACHGESTEUERTEN GERÄTE**

Die steigende Beliebtheit von sprachgesteuerten Geräten wie intelligenten Lautsprechern hat das Wachstum der Voice Search weiter vorangetrieben. Diese Geräte ermöglichen es den Nutzern, Informationen, Musik, Nachrichten und vieles mehr durch einfache Sprachbefehle abzurufen. Sie haben sich zu einem festen Bestandteil vieler Haushalte entwickelt und damit die Nutzung der Sprachsuche im Alltag stark gefördert.

## **FUNKTIONSWEISE VON VOICE SEARCH:**

### **DIE TECHNOLOGIE HINTER VOICE SEARCH: SPRACHERKENNUNG UND NATURAL LANGUAGE PROCESSING**

Die Spracherkennung ist der grundlegende Baustein der Voice Search. Sie ermöglicht es den Sprachassistenten, menschliche Sprache zu verstehen und in digitale Informationen umzuwandeln. Bei der Spracherkennung werden verschiedene Schritte durchlaufen:

- Aufnahme der Sprache: Das Mikrofon des Geräts nimmt die gesprochenen Wörter auf.
- Audiosignalverarbeitung: Das aufgenommene Audiosignal wird verarbeitet, um Hintergrundgeräusche zu reduzieren und die Sprache herauszufiltern.
- Sprachanalyse: Das aufbereitete Audiosignal wird analysiert, um die gesprochenen Wörter zu identifizieren. Dabei kommen komplexe Algorithmen und Modelle zum Einsatz, die auf Trainingsdaten basieren.
- Texttranskription: Die erkannten Wörter werden in Text umgewandelt und für weitere Verarbeitungsschritte bereitgestellt.

Die Fortschritte in der Spracherkennungstechnologie haben dazu beigetragen, dass Sprachassistenten immer besser darin werden, die menschliche Sprache präzise zu verstehen und zu interpretieren.

## **NATURAL LANGUAGE PROCESSING (NLP):**

Nachdem die Sprache erkannt und in Text umgewandelt wurde, kommt das Natural Language Processing ins Spiel. NLP ermöglicht es den Sprachassistenten, den Text zu verstehen, zu analysieren und passende Antworten oder Suchergebnisse zu generieren. Dabei werden verschiedene NLP-Techniken angewendet:

- **Semantische Analyse:** Hier wird der Text auf seine Bedeutung und Bedeutungszusammenhänge untersucht. Es werden Informationen wie Schlüsselwörter, Satzstruktur und semantische Beziehungen extrahiert.
- **Intent Recognition:** Durch Intent Recognition wird der Grund für die Suchanfrage ermittelt. Anhand des analysierten Textes wird bestimmt, ob der Nutzer eine Frage stellt, eine Aufforderung erteilt oder nach bestimmten Informationen sucht.
- **Entity Recognition:** Das NLP erkennt relevante Entitäten wie Personen, Orte, Unternehmen oder Produkte im Text. Diese Informationen können für personalisierte Suchergebnisse oder zur Erstellung von Kontext verwendet werden.
- **Antwortgenerierung:** Basierend auf der semantischen Analyse und dem erkannten Intent wird eine passende Antwort oder eine Liste relevanter Suchergebnisse generiert und dem Nutzer präsentiert.

Die Kombination von Spracherkennung und Natural Language Processing ermöglicht es den Sprachassistenten, die Absichten der Nutzer besser zu verstehen und genaue Antworten oder relevante Suchergebnisse bereitzustellen.

## **VERSCHIEDENE SPRACHGESTEUERTE ASSISTENTEN UND IHRE EIGENSCHAFTEN**

### **SIRI (APPLE)**

Siri ist der sprachgesteuerte Assistent von Apple und auf Apple-Geräten wie dem iPhone, iPad, Mac und der Apple Watch verfügbar. Siri zeichnet sich durch eine natürliche und konversationsähnliche Spracherkennung aus. Der Assistent ist in der Lage, Kontext zu verstehen und kann auf eine Vielzahl von Aufgaben wie das Senden von Nachrichten, das Starten von Anrufen, das Abrufen von Informationen oder das Steuern von Smart-Home-Geräten reagieren.

### **GOOGLE ASSISTANT**

Google Assistant ist der Assistent von Google und auf verschiedenen Plattformen wie Android-Smartphones, Smart-Home-Geräten und dem Google Home-Lautsprecher verfügbar. Er zeichnet sich durch eine leistungsstarke Suchmaschine und umfassendes Wissen aus. Google Assistant kann komplexe Fragen beantworten, personalisierte Informationen bereitstellen und mit anderen Google-Diensten wie dem Kalender oder den Suchergebnissen interagieren.

### **AMAZON ALEXA**

Amazon Alexa ist der Assistent von Amazon und wird hauptsächlich auf den intelligenten Echo-Lautsprechern eingesetzt. Alexa ist für die Steuerung von Smart-Home-Geräten optimiert und kann Musik abspielen, Fragen beantworten, Einkaufslisten erstellen und vieles mehr. Eine Besonderheit von Alexa ist die Integration von Fähigkeiten von Drittanbietern, die dem Assistenten zusätzliche Funktionen verleihen.

## **BIXBY (SAMSUNG)**

Bixby ist der Assistent von Samsung und auf den Samsung-Geräten wie Smartphones, Tablets und Fernsehern verfügbar. Bixby zeichnet sich durch eine enge Integration mit den Samsung-Diensten aus und kann Gerätefunktionen steuern, Apps öffnen, Informationen suchen und sogar Bildschirminhalte erkennen und analysieren.

## **CORTANA (MICROSOFT)**

Cortana ist der Assistent von Microsoft und auf Windows 10-Geräten sowie als App für iOS und Android verfügbar. Cortana kann Benutzern bei der Verwaltung ihres Tagesablaufs helfen, Erinnerungen setzen, E-Mails senden, Anrufe tätigen und personalisierte Empfehlungen geben. Eine Stärke von Cortana liegt in der Integration mit anderen Microsoft-Diensten wie Outlook, Office und dem Windows-Betriebssystem.

## **VORTEILE VON VOICE SEARCH FÜR NUTZER**

### **BEQUEMLICHKEIT UND SCHNELLIGKEIT BEI DER INFORMATIONSSUCHE**

Ein wesentlicher Vorteil der Voice Search ist die Bequemlichkeit und Schnelligkeit, mit der Nutzer Informationen suchen können. Statt mühsam Text einzugeben, können sie ihre Fragen einfach per Sprache stellen. Dies ist besonders nützlich in Situationen, in denen die Hände anderweitig beschäftigt sind, wie zum Beispiel beim Kochen, Autofahren oder beim Training im Fitnessstudio. Durch die Sprachsuche entfällt die Notwendigkeit, das Smartphone oder den Computer zu bedienen, und Nutzer können schnell und unkompliziert Antworten auf ihre Fragen erhalten.

## **MULTITASKING UND HANDS-FREE-NUTZUNG**

Ein weiterer großer Vorteil der Voice Search ist die Möglichkeit des Multitaskings und der Hands-Free-Nutzung. Durch die Sprachsteuerung können Nutzer verschiedene Aufgaben erledigen, während sie gleichzeitig ihre Fragen stellen oder Informationen abrufen. Zum Beispiel können sie während des Kochens ein Rezept suchen, während des Autofahrens nach Wegbeschreibungen fragen oder während der Hausarbeit ihren Einkaufslistenbefehl an ihren Sprachassistenten geben. Dies ermöglicht es den Nutzern, ihre Zeit effizient zu nutzen und mehrere Aufgaben gleichzeitig zu erledigen, ohne ihre Hände zu benutzen.

## **ZUGANG ZU INFORMATIONEN IN NATÜRLICHER SPRACHE**

Die Voice Search ermöglicht es Nutzern, ihre Suchanfragen in natürlicher Sprache zu stellen, als würden sie mit einer realen Person sprechen. Dies erhöht die Chancen, präzise und relevante Antworten zu erhalten. Die Sprachassistenten sind darauf programmiert, die menschliche Sprache zu verstehen und kontextbezogene Informationen bereitzustellen. Dadurch wird die Suche nach spezifischen Informationen oder die Lösung von Problemen erleichtert, da Nutzer ihre Fragen so formulieren können, wie sie es für am besten geeignet halten.



## **AUSWIRKUNGEN VON VOICE SEARCH AUF DAS ONLINE-MARKETING**

### **VERÄNDERUNGEN IM SUCHVERHALTEN DER NUTZER**

Die Voice Search hat zu einer Verschiebung im Suchverhalten der Nutzer geführt.

Bei der sprachbasierten Suche stellen Nutzer längere, natürlichere und konversationsähnliche Fragen. Anstelle von kurzen Stichwörtern geben sie komplette Sätze oder Fragen ein, ähnlich wie bei einem Gespräch. Dies hat Auswirkungen auf die Art und Weise, wie Unternehmen ihre Inhalte erstellen und optimieren sollten. Statt sich nur auf einzelne Keywords zu konzentrieren, sollten Unternehmen verstehen, welche Fragen ihre Zielgruppe stellt und relevante Inhalte liefern, die diese Fragen beantworten.

## **OPTIMIERUNG VON INHALTEN FÜR SPRACHBASIERTE SUCHANFRAGEN**

Um von der Voice Search profitieren zu können, ist es wichtig, Inhalte auf sprachbasierte Suchanfragen zu optimieren. Hier sind einige wichtige Aspekte, die Unternehmen beachten sollten:

- **Natürliche Sprache:** Inhalte sollten in einer natürlichen und konversationsähnlichen Sprache verfasst sein. Statt steifer und roboterhafter Formulierungen sollten Unternehmen auf eine menschliche und verständliche Ausdrucksweise setzen.
- **FAQ-Format:** Da Nutzer bei der Voice Search häufig Fragen stellen, ist es sinnvoll, Inhalte im FAQ-Format zu strukturieren. Häufig gestellte Fragen sollten direkt beantwortet werden, um den Nutzern nützliche Informationen zu liefern.
- **Long-Tail-Keywords:** Bei der Optimierung von Inhalten für die Voice Search sind Long-Tail-Keywords von großer Bedeutung. Unternehmen sollten herausfinden, welche längeren und spezifischen Suchbegriffe ihre Zielgruppe verwenden und diese gezielt in ihren Inhalten einsetzen.
- **Lokale Suchanfragen:** Die Voice Search wird auch häufig für lokale Suchanfragen verwendet, wie zum Beispiel "Restaurant in meiner Nähe". Unternehmen sollten ihre Inhalte entsprechend optimieren, indem sie ihre Standortinformationen, Öffnungszeiten und andere relevante lokale Informationen bereitstellen.

## **ANPASSUNG DER MARKETINGSTRATEGIE**

Die steigende Nutzung der Voice Search erfordert eine Anpassung der Marketingstrategie von Unternehmen. Die Integration von Voice Search in die Suchmaschinenoptimierung (SEO) und die Entwicklung sprachbasierten Contents wird immer wichtiger. Unternehmen sollten ihre Website für mobile Geräte optimieren, da die meisten Voice Searches über Smartphones erfolgen. Darüber hinaus sollten sie ihre Inhalte über verschiedene Kanäle verbreiten, um ihre Sichtbarkeit in sprachbasierten Suchergebnissen zu erhöhen.

## **FAZIT**

Voice Search ist zweifellos ein Trend, der die Online-Marketing-Branche nachhaltig verändert. Unternehmen müssen sich auf diese Entwicklung einstellen und ihre Marketingstrategien entsprechend anpassen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Durch die Optimierung von Inhalten für sprachgesteuerte Suchanfragen, die lokale Präsenz und die Bereitstellung einer nahtlosen Benutzererfahrung auf mobilen Geräten können Unternehmen von den Vorteilen von Voice Search profitieren und ihr Marktpotenzial maximieren.

## **SIE BRAUCHEN UNTERSTÜTZUNG?**

Bei KONTOR4 stehen wir Ihnen gerne zur Seite, um Ihnen bei der erfolgreichen Umsetzung Ihres Online-Internet-Auftrittes zu helfen. Kontaktieren Sie uns noch heute für eine individuelle Beratung!