



EYE TRACKING

Mit den Augen des Kunden sehen.



Mit den Augen des Kunden sehen.

Subjektive Informationsverarbeitung findet zu einem großen Teil unbewusst statt. Gerade der Einfluss visueller Effekte spielt hierbei eine große Rolle und wird in klassischen Marktforschungs-Ansätzen häufig vernachlässigt. Durch Beobachtung und Befragung kann zwar herausgefunden werden, an welche Informationen sich Probanden generell erinnern. Man gewinnt jedoch keine Informationen darüber, welche Elemente eines wahrgenommenen Stimulus eine wesentliche Rolle für die Erinnerung spielen und welche gar komplett übersehen wurden.

Mit Hilfe des **Eye Tracking** können objektive Informationen über weitgehend unbewusste Wahrnehmungs-, Aufmerksamkeits- und Informationsverarbeitungsprozesse gewonnen werden, die in Kombination mit klassischen Beobachtungs- und Befragungsdaten eine ganzheitliche Interpretation und zielgerichtete Handlungsempfehlungen ermöglichen.

Ob bei Plakaten, Printmedien oder Ihrem Auftritt am POS:

Unser mobiles Eye Tracking Equipment erfasst genau, welche Informationen das Interesse Ihrer Kunden wecken. Die Umwelt wird sozusagen mit den Augen des Kunden gesehen!

Das Blickaufzeichnungsverfahren misst hierbei auf die Hundertstel-Sekunde genau, wie stark die kommunikative Leistung eines bestimmten Stimulus ist:

- **Messung der Fixationen & Beachtung:** Was wird gesehen?
- **Messung der Blickdauer:** Wie lange wird etwas betrachtet?
- **Messung des Blickfangs:** Was wird als erstes gesehen? Was ist ein ‚Eye-Catcher‘?
- **Aufzeichnung des Blickverlaufs:** In welcher Reihenfolge werden Dinge / Elemente betrachtet?
- **Aufzeichnung des Blickwechsels:** Wie häufig wird zwischen verschiedenen Elementen / Bereichen gewechselt?

Wir setzen unsere Eye Tracking Verfahren vor allem in folgenden Bereichen ein:

- **Überprüfung und Optimierung von Werbemitteln:**
 - Plakatwerbung und Printmedien werden hinsichtlich Ihrer Kommunikationsleistung untersucht und optimiert (Anordnung der Elemente, Überschriften, Logos, Claims, Texte, visuelle Elemente, ...)
- **Optimierung des POS Auftritts:**
 - Wie aufmerksamkeitsstark ist Ihr Auftritt am POS?
 - Wie stark wird Ihre Marke im Konkurrenzumfeld des POS wahrgenommen?
 - Werden wichtige (Marken-) Elemente ausreichend stark kommuniziert?
Welche Elemente sind ‚Eye-Catcher‘?

- Wie lässt sich die Produktpositionierung am POS optimieren?
- Wie kann die Aufmerksamkeit am POS stärker auf bestimmte Bereiche gelenkt werden?

Unser Service & Ihr Ergebnis

Unser empfehlungsorientiertes Eye Tracking Reporting passen wir in Absprache mit Ihnen auf Ihre Bedürfnisse an. Folgende Analysen bilden hierbei die Basis unseres Reports:

- Darstellung der Beachtungsanteile und –dauer sowie der Beachtungshäufigkeiten
- Darstellung der Blickdichte (Heatmaps) und des Blickverlaufs
- Identifizierung von Eye-Catchern
- Konkrete Optimierungsvorschläge und Handlungsempfehlungen

Je nach Fragestellung besprechen wir gemeinsam mit Ihnen die ideale Kombination aus unserem Eye Tracking Verfahren und weiteren klassischen Beobachtungs- und Befragungstools, um so aus den Ergebnissen konkrete Optimierungsempfehlungen abzuleiten, die Ihre Kampagnen oder Ihren POS-Auftritt noch effektiver machen.



Rufen Sie uns einfach an oder mailen Sie uns, wir beraten Sie gern persönlich!

Ihre Kontakte:

Ulrich Rieger +49(0)40 65800638
Ulrich.Rieger@mwresearch.de

Mike Adrian +49(0)40 65800623
Mike.Adrian@mwresearch.de