



ONLINE EYE TRACKING

Spotlight Viewer: Effizient und valide mit dem Blick des Kunden sehen.





Die subjektive und größtenteils unbewusste Informationsverarbeitung, bei der visuelle Effekte eine herausragende Rolle spielen, kann dabei durch Blickaufzeichnung (Eye Tracking) gemessen werden.



Spotlight Viewer Online Eye Tracking: zielgruppen-repräsentativ, schnell & valide messen, was Kunden wirklich sehen

Bei der Analyse einer Werbeanzeige, eines Flyers, eines Titelblattes, einer Verpackung o.ä. ist es von größter Wichtigkeit zu erfahren, welche Bild- und Textelemente in welcher Reihenfolge wie intensiv wahrgenommen werden.

Denn nur, wenn die beabsichtigte Message wirklich beim Kunden angekommen ist, wird dieser das Angebot beachten und in Betracht ziehen.

Das Eye Tracking liefert somit objektive Informationen über weitgehend unbewusste Wahrnehmungs- und Informationsverarbeitungsprozesse, die in Kombination mit klassischen Beobachtungs- und Befragungsdaten eine ganzheitliche Interpretation und zielgerichtete Handlungsempfehlungen ermöglichen.

Mit Hilfe des patentierten **Spotlight Viewers** ist es möglich, Online Eye Tracking mit großen Stichproben innerhalb kurzer Zeit zu attraktiven Kosten durchzuführen.

Unterhaltsame Entdeckungsreise durch die Wahrnehmungskarte

Das Online Eye Tracking mit dem Spotlight Viewer ist ebenso effizient wie unterhaltsam:

Das zu untersuchende Motiv wird in der Unschärfe der peripheren Sicht auf dem Bildschirm gezeigt.



Der Proband kann nun das Motiv durch Bewegungen der Maus erkunden.

Anstelle des Mauszeigers bewegt die Testperson nun eine so genannte Wahrnehmungskarte, die exakt den physiologischen und anatomischen Gegebenheiten der visuellen Wahrnehmung entspricht, über das Motiv.

Nur die Bildinformation um einen kleinen Bereich der Position des Zeigepunkts wird hoch aufgelöst gezeigt. Je größer der Abstand vom Zeigepunkt, desto unschärfer wird die Bildinformation wiedergegeben.

Was wirklich zählt: Freie definierbare Areas of Interest:

Die Analyse der Messung zeigt akkurat, welche Bereiche eines Untersuchungsgegenstandes, z. B. einer Anzeigenseite oder einer Packungsgestaltung, wie intensiv und wie lange betrachtet wurden. Dazu werden Bildausschnitte von Interesse auf dem Motiv frei definiert (**Areas of Interest**, kurz AOI).

Anhand der Messungen kann dann genau festgestellt werden, wie oft und wie lang und in welcher Blickfolge bestimmte Bereiche angeschaut wurden.

So lässt sich beispielsweise ermitteln ob und wann eine Headline gelesen wird, oder ob ein Bildelement die Aufmerksamkeit davon ablenkt oder hinführt.



Auf die Reihenfolge kommt es an

Durch den Spotlight Viewer können nicht nur Häufigkeit und Dauer der Betrachtung von AOs gemessen werden.

Zusätzlich wird die Reihenfolge der gesehenen Bildausschnitte aufgezeigt.

So kann beispielsweise analysiert werden, welche Elemente einer Werbung innerhalb der ersten Sekunde(n) gesehen werden.

Dadurch lassen sich klare Rückschlüsse auf die Wirkung von (vermeintlichen) Eye Catchern ziehen.



Praktisch, ökonomisch und schnell: Der Blickwinkel der Zielgruppe

Da sich Online Eye Tracking mit dem Spotlight Viewer auf jedem Computer durchführen lässt, kann jeder diesen Test an seinem PC oder Mac daheim ausführen.

Auf diese Weise können, anders als beim klassischen Eye Tracking, **innerhalb kürzester Zeit** große Stichproben den Test durchlaufen.

Dadurch ist es möglich, **statistisch valide Untergruppen** zu betrachten und zu vergleichen, z.B.:

Welche Elemente nehmen junge Männer wahr, und welche junge Frauen?

Gibt es Unterschiede zwischen Markenverwendern und Verwendern von Konkurrenzprodukten?

Die Vorteile des neuen Verfahrens:

- **Große Stichprobe:** Es können große Fallzahlen generiert und Zielgruppenvergleiche angestellt werden.
- **Niedrigere Kosten:** Anders als beim herkömmlichen Eye Tracking, kann das Verfahren ohne teure Apparaturen und Spezialisten angewendet werden.
- **Kürzere Feldzeit:** Online Eye Tracking erfordert geringeren methodischen, technischen und organisatorischen Aufwand und kann mit handelsüblichen Computern ausgeführt werden. Ergebnisse sind wesentlich schneller verfügbar, auch bei großen Stichproben.

- **Keine Laborsituation:** Probanden können dezentral über das Internet, z. B. über Panel, die Untersuchung durchführen und können dies überall dort tun, wo sie Zugang zu einem Computer haben.
Somit können sie den Test z. B. in der gewohnten häuslichen Umgebung machen.
- **Klare Interpretation:** Durch die Messung bzw. Berechnung von Aufmerksamkeitsbereichen, Blickverlauf und Blickdauer lassen sich eindeutige Rückschlüsse auf die Aufmerksamkeitsstärke und gesehene Elemente ziehen.
- **Kombinierbarkeit mit klassischen Befragungen:** Die Testpersonen werden nach dem Online Eye Tracking noch zur Markenerinnerung, Kaufabsicht und Image befragt.
Fragen zu weiteren Themen können vor oder hinter das Spotlight Viewer Modul geschaltet werden.
Eine einfache Integration in jede Onlinebefragung ist möglich.

Wir empfehlen unser Spotlight Viewer Online Eye Tracking Verfahren vor allem für die Überprüfung und Optimierung von:

- Plakatwerbung
- Werbeanzeigen
- Titelseitengestaltungen
- Flyern, Broschüren und Katalogen
- Packungsdesigns
- Homepages
- Regalpositionierungen

Unser Service & Ihr Ergebnis

Unser Reporting liefert Ihnen neben einer detaillierten Analyse klare Handlungsempfehlungen und Optimierungsvorschläge.

Folgende Analysen bilden hierbei die Basis unseres Reports:

- Darstellung der Aufmerksamkeitsbereiche, -dauer und der Beachtungshäufigkeiten
- Darstellung der Blickdichte (Heatmaps) und des Blickverlaufs
- Identifizierung von Eye-Catchern
- Konkrete Optimierungsvorschläge & Handlungsempfehlungen

Je nach Ihren Bedürfnissen beraten wir Sie und empfehlen Ihnen die ideale Kombination aus Eye Tracking und weiteren klassischen Beobachtungs- und Befragungstools.

Denn das Ziel ist klar: Ihre Kommunikation soll noch erfolgreicher und attraktiver werden!



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