

Hamburg, 05.08.2016

Nr. 02 / 2016

## **Online Eye Tracking jetzt auch zum Banner-Check**

IfaD hat sein Angebot um den patentierten Spotlight Viewer erweitert, mit dem jetzt auch Bannerwerbung getestet werden kann. Die Vorteile: wissenschaftlich fundiert und validiert, kurzfristiges Setup und schnelle Erhebung, sofortige Analyse nach Feldende, Erhebung im Responsive Design und vor allem budgetschonend.

Das neue Tool erlaubt es, Banner durch einen A/B-Test zu optimieren und Fragen zu beantworten wie „Bei welcher Alternative werden die Key Visuals schneller erkannt? Bei welcher Kreation wird das Markenlogo besser wahrgenommen? Welcher Banner setzt sich auf der Website stärker durch?“

Durch Verknüpfung mit den Befragungsergebnissen kann das Online Eye Tracking sowohl in der Totalen als auch unter individuellen Filtern ausgewertet werden. Für aggregierte Analysen werden einzelne Bereiche der Abbildung definiert, zum Beispiel die Headline, das Markenlogo, die Produktabbildung, Testimonials etc.

### **Ansprechpartner:**

Peter Sonneck  
IfaD GmbH  
Uhlandstraße 68  
22087 Hamburg  
040 25 17 13 62  
psonneck@ifad.de