

Online Eye Tracking Spotlight-Viewer

Schnell, preiswert, valide

Messen Sie die Aufmerksamkeitsleistung von animierten Bannern, Anzeigen, Prospekten und Produktabbildungen mittels Online Eye Tracking:

- Wissenschaftlich fundiert und validiert
- Kurzfristiges Studien-Setup und schnelle Online-Erhebung
- Sofortige Analyse nach Feldende
- Volle Mobilität auf allen Devices dank Responsive Design
- Budgetschonend

Banner & Co. im A/B-Test

Optimieren Sie Banner, Werbemittel und Verpackungen durch einen A/B-Test.

- 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?

IfaD analysiert die relevanten Differenzen, und unterstützt Sie so dabei, den Gewinner zu ermitteln.

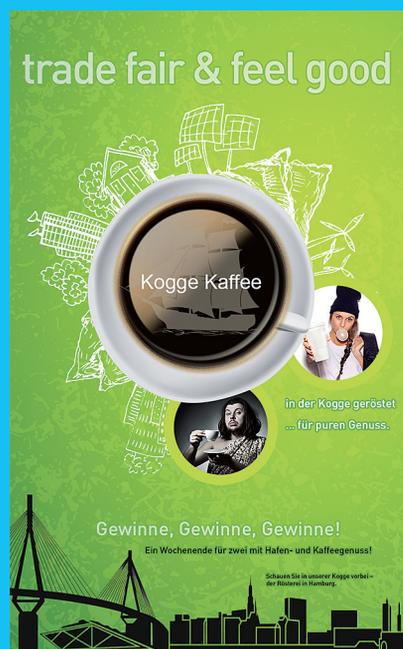
Nur der Fokus wird scharf dargestellt

Das menschliche Auge nimmt nur die Dinge im Fokus des Betrachters wirklich scharf wahr. Die Peripherie bleibt demgegenüber unscharf. Und genauso arbeitet auch das Online Eye Tracking: die Abbildung wird unscharf dargestellt und fordert einen Fingertipp auf den interessierenden Bereich. Der Finger führt die Lupe über den Screen oder tippt auf das nächste interessierende Element. So erscheint auf dem Bildschirm nur das klar erkennbar, was im Fokus des Betrachters liegt.

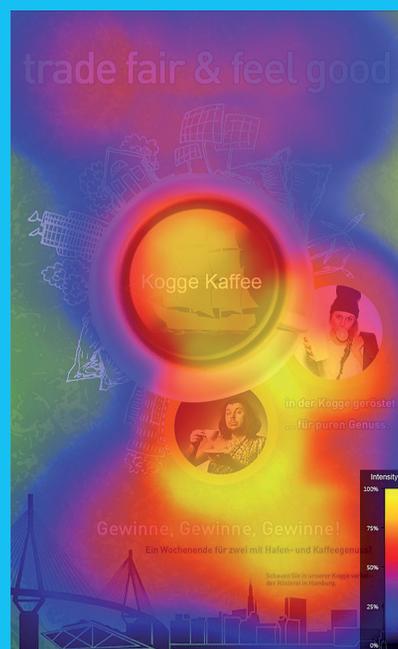
Aussagekräftige Analysen und grafischer Output

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. Folgende Analysemaße werden einzeln oder in Kombination grafisch ausgewertet:

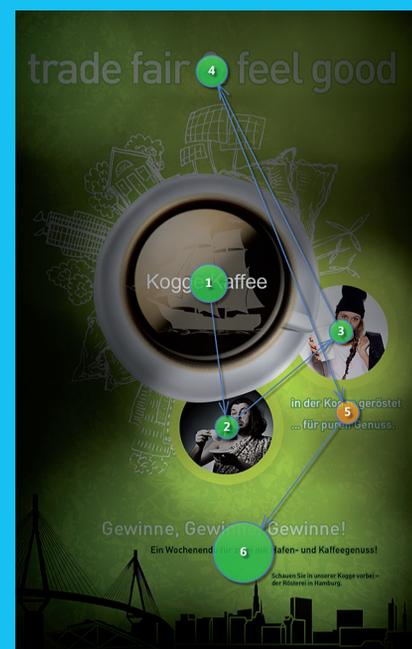
- Betrachtungsintensität als Heatmap (kumulativ oder iterativ)
- Betrachtungsanteil je Element (in %)
- Betrachtungsdauer je Element (in Sekunden)
- Reihenfolge des Blickverlaufs



„Kogge Kaffee“ im Test



Betrachtungsintensität



Blickverlauf und Verweildauer

Beispiel-Studie, Informationen und Kontakt

Erkundigen Sie sich bei uns nach weiteren Details zu unserem Full-Service-Projekt inklusive einer oder mehrerer Test-Abbildungen, bis zu 10 Fragen und maximal 1.000 Befragten oder fordern Sie für umfangreichere Studien ein individuelles Angebot an.

Eine Beispiel-Studie von IfaD finden Sie hier: www.ifad.de/eyetracking

Ansprechpartner Online Eye Tracking Spotlight-Viewer
Peter Sonneck | +49 40 25 17 13 64 | psonneck@ifad.de

IfaD Institut für angewandte Datenanalyse
+49 40 25 17 13 0 | info@ifad.de