



Kommunikations- forschung

Kombiniertes Verfahren aus Eyetracking & Befragung

Wie funktioniert das Verfahren?

Das management tools Eyetracking System bietet die Möglichkeit, schnell und auf Basis effektiven Verhaltens **Stärken und Schwächen von Kommunikationsmassnahmen** zu erkennen. In Kombination mit einer Nachbefragung können schnell und kosteneffizient Potentiale für Optimierungen aufgezeigt werden.

Beim Eyetracking System von management tools erfolgt die Blickregistrierung mittels einer Infrarot Kamera, die **berührungslos** (kein Helm, Brille etc) den Blickverlauf erfasst. Die Analyse-Software ermöglicht es, das Blickverhalten einer unbegrenzten Anzahl von Personen mit **geringem Zeitaufwand und kostengünstig** auszuwerten und zu interpretieren. Unterschiedliche Zielgruppen können separat betrachtet werden (Frauen – Männer; Ältere -Jüngere, Kunden – Nichtkunden etc.).

Das Verfahren bietet durch die Analyse des unmittelbaren Blick-Verhaltens eine Verlässlichkeit in der Datenqualität, die weder durch eine Befragung noch durch andere attention tracking Verfahren (z.B. mouse click Verfahren) erreicht wird.

Ihr Nutzen

- ▶ Sie wissen, welche Inhalte Ihrer Kommunikation beachtet werden.
- ▶ Sie erfahren, ob Ihre Haupt-Botschaft wie erwünscht wahrgenommen wird.
- ▶ Sie wissen, ob Ihre Botschaft im Konkurrenzumfeld erinnert wird (Recall Erhebung mittels Nachbefragung).
- ▶ Sie erfahren, welche Elemente der Kommunikation die dominierenden Eyecatcher bzw. Ankerreize sind.

- ▶ Sie wissen, ob Ihre Kommunikation gefällt, unique und verständlich ist (mittels Nachbefragung).
- ▶ Sie wissen, wie Sie im Vergleich zu Ihren Wettbewerbern abschneiden - durch **Benchmarking zum direkten Wettbewerb**.



Einsatzmöglichkeiten

- ▶ management tools liefert Grundlagen für die Auswahl des geeigneten **Plakats, Anzeige, Flyers** oder **Werbespots** mit dem besten Potential bei mehreren Entwürfen.
- ▶ Das Verfahren liefert Empfehlungen zur Optimierung von zweidimensionalen Sujets wie Anzeigen, Plakate, Prospekte, Kataloge etc. Aber auch Filme und Animationen können getestet werden.
- ▶ Der Auftraggeber erhält Grundlagen um eine Entscheidung zur Auswahl der geeigneten Behälter, **Verpackungen, Regalstopper, Preisschilder, PoS Werbemitteln** mit dem höchsten Potenzial bei mehreren Entwürfen zu treffen.
- ▶ Anhand der Ergebnisse des Eyetrackings können Empfehlungen zur Optimierung von dreidimensionalen Sujets (Behälter, Verpackungen, Regalstopper, Preisschilder, POS Werbemittel) vor Schaltung oder einem Einsatz gegeben werden.
- ▶ Durch Eyetracking und Nachbefragung liefert management tools Informationen zur Wahrnehmung Ihres **Internet-Auftritts** und beantwortet Fragen zur **Usability** Ihrer Website.

Das ist speziell bei management tools

- ▶ Wir erfassen Blickverläufe der Augen und damit die wirklichen Wahrnehmungsvorgänge mit einem hochmodernen, IT-gestützten Eyetracking-System.
- ▶ Wir sind in der Lage, eine unbegrenzte Anzahl von Personen konsolidiert auszuwerten.
- ▶ Wir fertigen auf Wunsch Detailanalysen z.B. nach soziodemografischen, psychografischen Daten an.
- ▶ Wir analysieren die Relevanz einzelner Gestaltungselemente (Areas of Interest) für ein Gesamtsujet und zeigen klar Stärken und Schwächen auf.
- ▶ Je nach Wunsch weisen wir die Ergebnisse grafisch, als Diagramm oder kombiniert aus.
- ▶ Sie müssen auf die gewohnte Befragung nicht verzichten, weil wir Blickverlaufsanalyse und Nachbefragung miteinander kombinieren.
- ▶ Durch die IT-gestützte Auswertung bieten wir Resultate in einem Zeit- und Kostenrahmen (s.u.), der auch Sie überzeugen wird.

Phasen der Blickregistrierung

1. Phase Eyecatching (0-1 sec.)

⇒ Wohin geht der erste spontane Blick?

2. Phase Aufmerksamkeitsverteilung (1-3 sec.)

⇒ Was sind die Schlüsselreize?

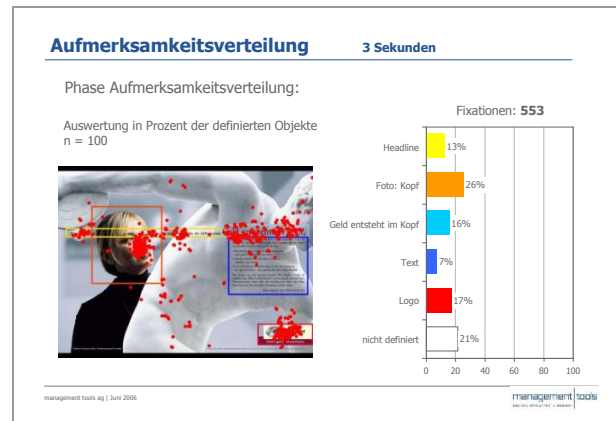
3. Phase der Wahrnehmung (> 3 sec.)

⇒ Gerichtete Aufmerksamkeit

So einfach funktioniert's

- ▶ Die Testsujets werden als Datei (jpg, tiff, eps etc.) oder als PDF an management tools gesandt.
- ▶ Die Testsujets werden in relevante Gestaltungselemente eingeteilt (Areas of Interest).
- ▶ Feld mit Erfassung der Blickverläufe. Der Einsatzort für die Messung ist durch den Auftraggeber beliebig wählbar.
- ▶ Die Blickregistrierung und die Interviews werden durch management tools ausgewertet.
- ▶ Eine Unterteilung der Ergebnisse nach Geschlecht, Alter etc. ist jederzeit möglich.
- ▶ Die Darstellung der Ergebnisse erfolgt grafisch, als Diagramm und / oder als Kommentar, je nach Kundenwunsch.

Ergebnisdarstellung



Kommentar / Empfehlungen

Analyse des Blickverlaufs:

Die Beachtung des Sujets hat eine klare Ausrichtung: Ausgehend vom Model rücken Skulptur, Text und Headline sowie in einer weiteren Phase das Logo des Anbieters ins Blickfeld der Betrachtenden.

Key Findings für das Sujet:

Alle wichtigen Elemente und Kernbotschaften des Sujets werden nach und nach beachtet. Der Text scheint wohl aufgrund seiner Länge nur unzureichend Aufmerksamkeit zu generieren. Sämtliche Areas of Interest und wichtigen Botschaften werden quantitativ (Fixationen) wie auch qualitativ (Erinnerung im Rahmen der Nachbefragung) „gescannt“. Das Logo verfügt mit 17% aller Fixationen über einen überdurchschnittlich hohen Beachtungsgrad.

Fazit:

Sehr gute bis gute Beachtung aller Kernbotschaften. Herausragende Beachtung des Branding (Logo). Abgesehen vom langen Textteil, der nur unzulänglich wahrgenommen wird, ein sehr gelungener Aufbau dieses Sujets.

management tools ag | Juni 2006

Ihre Ansprechpartner bei management tools:

Stephanie Hatzius

Telefon: +41 (41) 624 99 77