

Blickregistrierung (Eye-Tracking)

Mit den Augen der Zielgruppe sehen

Woran bleibt das Auge hängen – was ist keines Blickes würdig?

Ob bei Printmedien, Plakaten, Websites oder TV-Werbung:

Unsere modernen, kontaktfreien Blickregistrierungsverfahren erfassen, wie sich Nutzer auf einer Seite orientieren, was ihr Interesse weckt, welche Informationen in welcher Reihenfolge aufgenommen und welche übersehen werden. Aus den Ergebnissen leiten wir unmittelbar Handlungsempfehlungen ab, z.B. für die Platzierung und Gestaltung von Websites oder Werbemaßnahmen.

Für eine umfassende Prozess- und Wirkungsanalyse setzen wir eine integrierte Methodenkombination aus Blickregistrierung und qualitativen Befragungstechniken ein. Beide Verfahren haben wechselseitige Erklärungskraft: Während die Blickdaten subjektive Eindrücke der Teilnehmer sehr anschaulich belegen (oder auch konterkarieren), erlauben die Urteile der Befragten umgekehrt ein vertieftes Verständnis, wie Rezeptionsverläufe erlebt wurden.

Die Auswertung erfolgt auf der Basis psychologischer Grundlagenforschung und berücksichtigt stets die spezifische Beschaffenheit des untersuchten Stimulus. Je nach Untersuchungsgegenstand und Fragestellung ziehen wir eigenentwickelte und validierte Parameter heran: von der Blick-Verweildauer bei Internetseiten, über die Kontakthäufigkeit mit den Elementen eines TV-Spots, bis hin zur Stopping-Power und Brand Performance bei Print-Anzeigen. Für die Analyse und Interpretation der Blickdaten hat phaydon spezielle Tools entwickelt, die von uns kontinuierlich an die wachsenden Anforderungen der Wirkungsanalyse angepasst werden.

Spezielle Vorteile der Blickregistrierung

Mit der phaydon-spezifischen Analyse von Blickdaten liefern wir Ihnen vertiefte Einblicke in die Rezeptionsprozesse Ihrer Nutzer. Basierend auf einer qualitativ-prozessorientierten Analyse leiten wir für Sie fundierte Handlungsempfehlungen für die Optimierung Ihrer Angebote und Produkte ab. Dank unserer umfangreichen Benchmark-Datenbank schätzen wir für Sie die Stärken und Schwächen Ihrer Angebote im Vergleich zum Wettbewerb realistisch ein und sichern damit eine erfolgreiche Ansprache Ihrer Zielgruppe.

Weitere Details zu:

- Blickregistrierung Print-Anzeigen
- Blickregistrierung TV-Spots
- Blickregistrierung Internet



Remote Eye Tracker

Einsatzbereiche

- Usability-Test
- TV-Trailer-Test
- Werbemittel-Pretest
- Werbemittel-Posttest
- Directmailing-Analyse
- Online-Werbewirkungsanalyse
- Sonderwerbeformenanalyse
- Verpackungstest