

Ihr Spezialist für **Eye Tracking**

Mit Eye Tracking kann die Bewegung und insbesondere auch die Intensität der Fixation der Augen auf entsprechende Punkte festgehalten werden. Die Testperson beobachtet z.B. ein Printmedium (Prospekt, Inserat). Mittels Eye Tracking wird der detaillierte Blickverlauf festgehalten. Die Vorteile von Eye Tracking zeigen sich hauptsächlich in klassischen Usability-Tests. Wir bieten folgende Formen von Eye Tracking an:

Desktop Eye Tracking

Beobachtung am Bildschirm von Printmedien oder Websites. Die entsprechende Infrarotleiste zur Aufzeichnung wird unten am Monitor angebracht.

Mobile Device Eye Tracking

Beobachtung am Smartphone im Bereich E-Commerce, Websites oder Social Media.

Head Mounted Eye Tracking

Beobachtung mit der Eye Tracking-Brille. Einsatzgebiet z.B. auf Verkaufsflächen, im öffentlichen Raum zur Aufzeichnung von Laufwegen, Beachtung von Hinweisschildern, Aktionen etc.

Webcam Eye Tracking

Beobachtung von zuhause am Bildschirm. Aufzeichnung direkt mittels der Webcam.

Ihr Nutzen von Eye Tracking

Sie können mit Hilfe von Eye Tracking den Dialog mit Ihren Kunden an allen Berührungspunkten unverfälscht überprüfen. Durch die Messung der visuellen Aufmerksamkeit erhalten Sie Informationen über das bewusste oder auch unbewusste Verhalten Ihres Zielpublikums.

Immer auf dem neusten Stand

Wir arbeiten vor allem bezüglich der technischen Unterstützung sowie der Auswertung der Resultate mit einem externen, international tätigen Partner zusammen, welcher über langjährige Erfahrung im Bereich Eye Tracking verfügt.

Unterstützung bei Ihren Projekten

Gerne unterstützen wir Sie bei der Ermittlung der für Ihr Projekt richtigen Eye Trackingmethode. Wir organisieren Ihr Projekt aus einer Hand: Von der Rekrutierung der Testpersonen über die Anmietung von Räumlichkeiten, der Durchführung der Feldarbeit bis hin zur Auswertung.

Weitere Informationen?

Kontaktieren Sie uns und lernen Sie die neueste Methode der Marktforschung näher kennen. Gerne erläutern wir Ihnen die schier unbegrenzten Möglichkeiten der Technik!

Beispiel Heat-Map:

Identifikation von Aufmerksamkeitsschwerpunkten.



Beispiel Anteil Leser mit Blickkontakt:

Die Aufmerksamkeit der Beobachter wird quantifiziert.

