

# Blickverlaufs-Analyse

## So gestalten Sie erfolgreiche Werbung.

### Ihr Nutzen

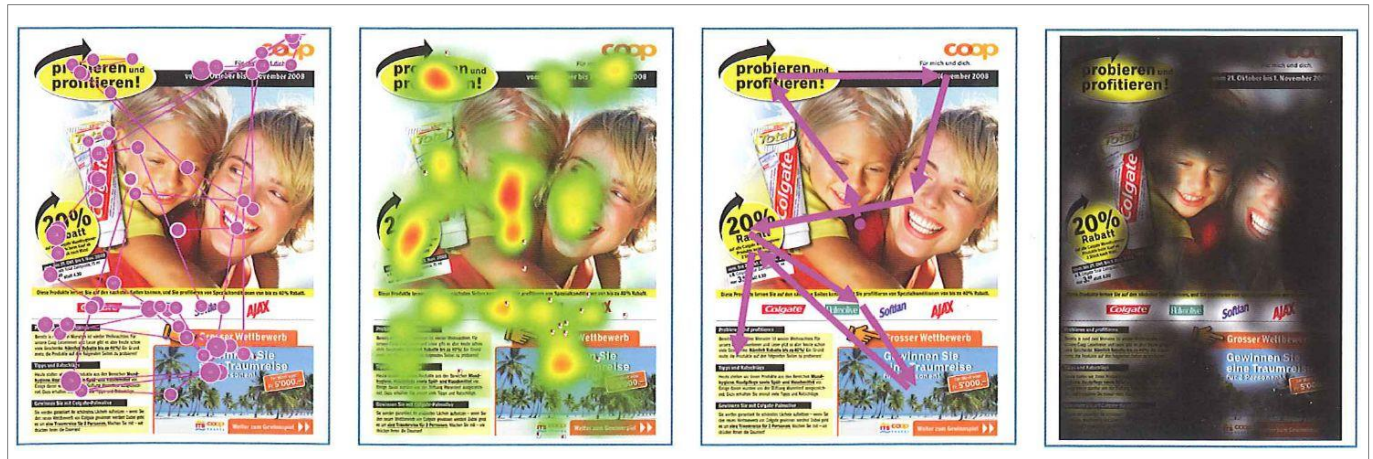
- Sie profitieren von einem nicht manipulierbaren und damit objektiven Verfahren.
- Sie verstehen, wie Botschaften ankommen und was sie auslösen.
- Sie lernen, wie Botschaften noch nachhaltiger wirken.
- Sie erkennen, welche Kommunikationselemente das Potenzial zur Handlungsauslösung haben.
- Sie optimieren Aufbau, Gestaltung und Text der Werbemittel.
- Sie verkaufen mehr, ohne mehr Zeit oder Geld zu investieren.

### Sehen Sie, was wirklich ankommt

Die wissenschaftliche Analyse der Blickbewegung – das Eye Tracking – deckt alles auf: Wie Kunden ein Werbemittel unbewusst wahrnehmen, welche Informationen wirklich ankommen und wie sie verarbeitet werden. Eine Augenfixation dauert 0,3 Sekunden. In dieser kurzen Zeit fließen alle kaufrelevanten Botschaften ins Gehirn. Eye Tracking misst diese Fixationen und wertet sie aus.

### Optimieren Sie Bild und Text

Mit Eye Tracking erfahren Sie, wie Sie Ihre Botschaften in Aufbau, Bild und Text optimal gestalten. Klar, dass Sie auch die Werbemittel Ihrer Konkurrenz auf dieselbe Weise analysieren können. Die Blicksverlaufs-Analyse eignet sich übrigens für alle Formen der Marketingkommunikation in Print, Online und TV.



Beispiel «Blickverlaufs-Analyse» (Screenshots)

### Unsere Analysen

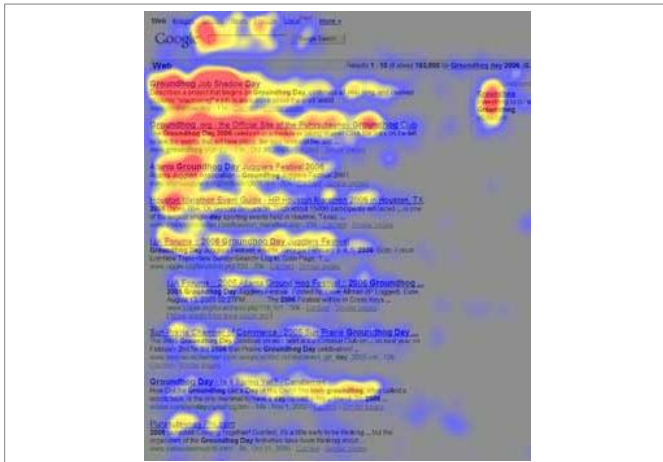
- Fixationen (Punkte, die genauer betrachtet werden).
- Sakkaden (schnelle Augenbewegungen, die keine Informationen aufnehmen).
- Verweildauer.
- Fixationshäufigkeit.
- Springmuster (Ableiten von Regeln für Aufbau, Gestaltung und Text).
- Handlungswirkung von Werbemitteln und Vergleich mit Benchmarks (in standardisiertem Verfahren).

### Eye Tracking ist objektiv

Wissen Sie, warum Sie etwas kaufen und ein Konkurrenzprodukt, das mehr verspricht und erst noch weniger kostet, links liegen lassen? Die meisten können solche Fragen nicht objektiv beantworten und suchen nach Gründen. Die Differenz zwischen Meinung und Handlung ist gross. Hier sticht das Prinzip des Eye Tracking: Es blendet Meinung und Handlung aus und kommt damit zu objektiv massgebenden Analysen.

### Eye Tracking funktioniert überall

Für eine aussagekräftige Analyse reichen 20 bis 30 Testpersonen. Am Bildschirm betrachten sie alle getesteten Werbemittel, auch die gedruckten. Eine Infrarotkamera tastet das Auge ab und misst die Reflexionen in der Pupille. Das System berechnet den Punkt, auf den die Testperson schaut, und ihren Blickverlauf. Weil nun niemand seinen Blickverlauf steuern kann, sind alle Ergebnisse 100 Prozent objektiv, frei von Vorurteilen und deshalb so aussagekräftig. Getestet wird in Zürich oder mobil an jedem Ort.



Beispiel «Headmap einer Onlinesite» (Screenshot)

### Eye Tracking testet Print, Online und TV

Die Blickverlaufs-Analyse eignet sich praktisch für jede Kommunikationsform – zum Beispiel Anzeigen, Mailings, Broschüren, Flyer, Plakate, POS, Verpackungen, Versandkataloge, Websites, Online-Shops, Banner und TV-Spots.

### Wir freuen uns, von Ihnen zu hören

Haben Sie Fragen? Wünschen Sie weitere Informationen? Wenden Sie sich bitte vertrauensvoll an uns.

+41 44 250 31 00  
info@publimedia.ch