

Innovatives Eye Tracking liefert zuverlässige Research Ergebnisse für maßgeschneiderte Shopper-Marketing-Lösungen

plan + impuls steht für die Verknüpfung von Marktforschungs- und Beratungskompetenz rund um den Point-of-Sale (POS).

Basierend auf fundierten Shopper Research berät **plan + impuls** führende Hersteller und Händler gemäß dem eigens entwickelten „Integrierten Shopper Marketing Ansatz“ und erarbeiten so maßgeschneiderte und praxisorientierte Lösungen für Marketing, Trade Marketing, Category Management und Vertrieb.

Der Anspruch von **plan + impuls** ist es, gemeinsam mit den Kunden überlegene Shopper Marketing Konzepte zu entwickeln.

PROBLEMSTELLUNG

Neben quantitativen und qualitativen Interviews werden unter anderem Fokusgruppen, Laufstudien, Videoanalyse, Shelf-Tests oder begleitete Einkäufe am POS durchgeführt. Wenn es um die Wahrnehmung von Regalen, Verpackungen oder Kommunikationsmaßnahmen geht, stoßen explizite Methoden, wie z.B. Befragungen, an ihre Grenzen. Es wurde deshalb nach einer State-of-the-art Methode, wie beispielsweise Eye Tracking, gesucht, um die Interviews entsprechend flankierend zu unterstützen und mit messbaren und nachweisbaren Fakten zu untermauern. Bis Mitte 2014 hat **plan + impuls** die operative Durchführung von Eye Tracking als Dienstleistung zugekauft. Um mehr Flexibilität und letztlich auch Knowhow ins Unternehmen zu bekommen, entschied man sich

zum Kauf eines eigenen Eye Tracking Systems und damit auch zur internen Aneignung der Expertise.

WARUM ERGONEERS?

Eye Tracking ist nicht gleich Eye Tracking. Häufig wird das Potential von Blickerfassungssystemen nicht voll ausgeschöpft, da es entweder als isolierte Methode eingesetzt oder nicht „aus einer Hand“ durchgeführt wird. Hier setzt das ganzheitliche Eye Tracking Konzept von **plan + impuls** an: Von der Studienkonzeption über die technische Durchführung bis zur Auswertung der Eye-Tracking Daten und der darauf basierenden Ableitung strategischer Maßnahmen, werden alle Prozessschritte aus einer Hand durchgeführt. So waren die wesentlichen Punkte im Pflichtenheft bei der Anschaffung einer Eye Tracking Brille schnell definiert: Die Exaktheit der gelieferten Daten des Systems, die Möglichkeit des Live-Views sowie der schnellen Auswertung der Daten. Zudem musste der Eye-Tracker die Datenübertragung auch über größere Entfernungen, wie sie z.B. in einem großen Supermarkt auftreten, meistern. Aufgrund der hohen Reputation des Dikablis Systems und der Zusage von Ergoneers, **plan + impuls** im Vorfeld entsprechend zu schulen und bei den ersten Studien dabei zu sein bzw. im Hot-Standby schnell reagieren zu können, fiel letztendlich die Entscheidung für den Kauf eines Dikablis

Professional Wireless Eye Tracking Systems mit D-Lab Auswertungssoftware.

LÖSUNG

Durch die Investition in ein eigenes Ergoneers Eye Tracking System und eine speziell für plan + impuls weiterentwickelte Software, kann eine besonders zuverlässige und valide Datenmessung garantiert werden. Das Diakablis Professional Wireless System mit Full HD Kameras und einem Kalibrierungs-Wizard ermöglicht höchste Messgenauigkeit und ist auch für Brillenträger geeignet. Bei längeren Studien geschieht es auch häufiger, dass die Probanden komplett vergessen, dass sie einen Eye-Tracker tragen und beispielsweise durch Kratzen am Kopf der Eye-Tracker verrutscht. Eine korrekte Kalibrierung ist somit nicht mehr gegeben und die Blickzuwendungen zu den AOIs wären nicht mehr klar definiert. D-Lab bietet hier die Möglichkeit zur Nachkalibrierung auch nach der Aufnahme. Damit können auch Aufnahmen die eigentlich nicht mehr verwendet werden können, neu kalibriert werden und sind damit komplett valide. Ein weiterer großer Vorteil im Vergleich zu anderen Eye Tracking Lösungen ist, dass während der Untersuchung Blickvideos live verfolgt und direkt im Anschluss an die Untersuchung als Stimulus in Interviews verwendet werden können. Somit können auch unbewusste Aspekte der Wahrnehmung aufgedeckt und mit den Testeinkäufern diskutiert werden.

„Bei unseren Studien ist es extrem wichtig dem Kunden die Genauigkeit der Messmethode und des Messinstrumentes zu zeigen. Aufgrund der hohen Kompetenz von Ergoneers und des anerkannten Eye Tracking Systems Dikablis stand für uns die

Entscheidung relativ früh fest.“ sagt Alexander Ehrl, Geschäftsführer des Unternehmens. „Zudem haben wir einen Partner gesucht, der uns das nötige Knowhow in kürzester Zeit vermitteln kann und uns auch bei den ersten Kundenprojekten persönlich unterstützt. Desweiteren hat Ergoneers unsere Anregungen zur weiteren Anpassung des Systems für unseren Bereich der Marktforschung schnell und unkompliziert aufgenommen und umgesetzt. Mit Ergoneers verbindet uns deshalb eine besondere Partnerschaft“

ÜBER ERGONEERS

Die Ergoneers GmbH wurde 2005 als Spin-off des Lehrstuhls für Ergonomie der Technischen Universität München gegründet. Heute ist das Unternehmen mit weltweit drei Standorten in Manching, Geretsried und Portland (USA) sowie zahlreichen Vertriebspartnern ein international wichtiger Partner für die Branchen Transport und Automotive, Marktforschung und Nutzerfreundlichkeit (Usability), Wissenschaft und Forschung sowie Sport und Biomechanik. Neben der Entwicklung, Herstellung und dem Vertrieb von Mess- und Analysesystemen zur Erforschung von Verhalten und zur Optimierung der Interaktion von Mensch und Maschine bietet Ergoneers umfassende Kompetenz in allen Phasen des Studienablaufs. Zur Ergoneers-Produktpalette zählt vor allem die 360-Grad-Lösung D-LAB, eine umfassende Erfassungs- und Auswertungsplattform für Nutzer- und Verhaltensstudien, mit deren Software-Modulen sich Daten in den Bereichen , Datastream, Video, Audio, Physiologie und CAN-Bus messen und analysieren lassen. Mit dem Ergoneers-Blickerfassungssystem Dikablis liefert Ergoneers zudem die passende Hardware, um professionelles im realen oder virtuellen Umfeld zu betreiben.

Ergoneers GmbH
Wöhlerweg 9
82538 Geretsried
Germany

T +49.8171.21624-0
F +49.8171.21624-11
www.ergoneers.com
info@ergoneers.com

plan + impuls



von Insights zu Actions!