



1 Problema

La competencia en góndola es muy fuerte y mi producto no es observado

2 Acción

Se realiza el estudio en tienda o en góndola virtual

3 Solución

Con eyetracking niveles de observación y recomienda acciones de optimización

4 Beneficios

Mayor visibilidad y posibilidades de compra

Que es:

Tecnología que permiten monitorizar y registrar la forma en la que una persona observa una determinada escena, góndola o imagen.

En concreto, muestra el recorrido de la mirada, el tiempo de fijación visual, los elementos que capturaron más y menos la atención y las áreas de interés del participante.

Dirigido a:

Empresas de retail, supermercado, marcas de comida, ropa, Consultoras, Investigación de Mercado

Métricas:

Time To first Fixation, Total Visit Duration, % Fixated, Revisitas, Pathtracking, Heatmaps, OpacityMap, evaluación de productos, áreas con mayor observación, NC Metrics.

Tecnologías:

Tobii Glasses 2