



ENTORNO
VIRTUAL
360°

1 Problema

No se concretan todas las ventas deseadas.

2 Acción

Analizar la experiencia en ambiente real o virtual

3 Solución

Potenciar discursos, olores y zonas de interés por parte de los usuarios

4 Beneficios

Mayor tasa de conversión.

Que es:

Análisis y estudio de nuevos ambientes en venta creados por inmobiliarias. De esta forma buscamos analizar y generar la mejor experiencia de usuario al momento de ofrecer un bien inmueble. Analizamos olores, mejorar zonas visibles, potenciar discursos de ventas, mejorar valores de venta y analizar el impacto en el cerebro de los usuarios.

Dirigido:

Inmobiliarias, agencias bienes raíces.

Métricas:

Aromacología, NC metrics, Heatmaps, Pupilometría. Implicit association test

Tecnologías:

Eyetracking, GSR, pupilometría.