



## 1 Problema

**Los usuarios no compran mi producto.**

## 2 Acción

**Medir visibilidad, posición en góndola.**

## 3 Solución

**Realizar una una completa medición de tráfico, oportunidad de venta y posición.**

## 4 Beneficios

**Mayor visibilidad de los productos por sobre la competencia.**

### Que es:

Completa medición in-situ del árbol de toma de decisiones de los usuarios. La medición consta de una medición demográfica, análisis de interacción con los productos y el análisis de toma de decisión de los usuarios y cuál es su comportamiento visual frente a la góndola.

### Dirigido:

Consultoras, Empresas del retail, Departamentos de investigación de mercado.

### Métricas:

OTS, interacción, Viewers per day, Total viewers, Average attention, Age Split. PathTracking, Time To First Fixation, Percentage Fixated, Total Visit Duration, Revisit, Heatmaps, Gazemap, Interacción y patrón visual.

### Tecnologías:

Quividi, Shopperception, Tobii Glasses 2