



L'Eye Tracking, i-Track®

Une nouvelle génération de test de supports

Document confidentiel





Principes

Combiner approches scientifiques objectives avec une analyse qualitative approfondie pour valider l'efficacité de tous supports de communication (site, édition, linéaires, packaging, magazines, TV, mobiles, films publicitaires, etc...).

- l'eye tracking: l'observation scientifique de l'impact et de l'ergonomie
- Associée à la démarche de compréhension au travers d'entretiens qualitatifs ad hoc



Analyser les motivations, points forts et points faibles, sur des données objectives, enrichies par du discours client, pour vous permettre d'agir sur les différents éléments souhaités.





Principes

- l'Eye tracking consiste à envoyer des rayons infrarouges qui se reflètent dans la cornée; Le participant ne voit, ne sent rien; le principe est 100% non intrusif.



Renouvelle les protocoles de tests eye-tracking par un recueil non intrusif et fiable, avec une restitution précise et visuelle





Usages



- s'assurer que les messages sont bien vus
- Comprendre comment et sur quelle partie du visuel le participant fixe le plus son regard; et comment il forme sa compréhension des messages.
- Tests de campagnes (film, affiche, print) sur tous supports visuels
- Test de sites Internet
- Tests de Packaging
- Tests de linéaires et de merchandising
- Test de magazines clients (avec focus visibilité communication produit)
- Test de couvertures, de titres (avec focus maquette), de visibilité publicitaire
- Tests d'émissions (avec focus plateaux)
- Test de placement produits
- Tests de jeux vidéos
- Sur tout types de cibles, y compris les enfants

Quand ?

- En pré- et post-tests
- En validation de maquette





livrables

- la carte dynamique de progression des regards, en dynamique (Gaze Plot); par interviewé et en global;
- La carte des zones chaudes et froides d'attention visuelle, et son négatif Opacity Map.
- Le temps moyen de visualisation des zones principales du visuel.
- La durée de fixation sur chaque zone principale
- Les statistiques en global par zones principale: durée et nombres de fixation, rubriques visitées, temps écoulé entre la 1ere visite visuelle et le 1er clic dans la rubrique, nombre de clic, nombre de participants ayant vu.

- L'analyse sur l'appropriation du visuel, issue de la synthèse entre entretien individuel et Eye Tracking.
- Nos recommandations opérationnelles





Exemples

Parcours chronologique





Exemples

Les zones chaudes et froides



En durée cumulée ou en 'one shot'

Opacity map: seules sont visibles les zones comportant au moins 1 point de fixation



Exemples

Les statistiques

