

Multi-Client-Studie

Jetzt Conversion-Rate und Digital Branding mit Usability-Testing optimieren!

Themen: Lifestyle, Tourismus, Telekommunikation, Automobil, Sport, ...

Endgerät: iPad

Termin: 04.08.2015



Eye Tracking auf dem iPad



Mindfacts
Usability - Marketing-Research

Dipl.-Kfm. Patrick Gallitz
Wörthstr.1
D - 81667 München

Tel.: 0049 (0)89 / 44 45 45 43
Mail: info@mindfacts.de

Schnell und einfach konkrete Hinweise zur App- oder Website-Optimierung erhalten!



Kennen Sie diese Fragen?

- ▶ Harmoniert das Design der Website mit unserem Branding?
- ▶ Kommt der User mit Filter- und Suchfunktionen zurecht?
- ▶ Sind Navigationselemente auf die Touchscreens von Tablets abgestimmt?
- ▶ Setzen sich Call-to-Action-Elemente ausreichend von Content und Bebilderung ab?
- ▶ Weist die App / mobile Website trotz kleinem Display konsistent eine gute Lesbarkeit auf?
- ▶ Mit welchen Features kann ich die App-Attraktivität und damit die User-Loyalität erhöhen?

Fördern Sie Ihr Zielgruppenverständnis mit einem intensiven Schulterblick und identifizieren Sie frühzeitig Schwachstellen und Optimierungspotentiale Ihrer Website!

Multi-Client-Studie: Limitierter Umfang und passgenaue Stichproben



Untersuchungsdesign



- ▶ N=10 Teilnehmer
- ▶ Maximal 75 bis 90 Minuten Interviewzeit
- ▶ Maximal 3 Apps im Omnibus
- ▶ Rotierende Themenpräsentation

Stichprobe (Beispiel)



- ▶ 50% Männer, 50% Frauen
- ▶ Alter: 20 bis 50 Jahre
- ▶ Hohes Bildungsniveau
- ▶ 100% HH-Nettoeinkommen > 3.500 €
- ▶ 100% nutzen das iPad2 an mindestens 4 Tagen / Woche
- ▶ 100% haben bereits (kostenpflichtige) Apps installiert
- ▶ + **Bis zu zwei weitere kundenspezifische Kriterien**

Studienablauf

Zu optimiertem Branding und verbesserter Conversion-Rate in 3 Steps!



1 Eye Tracking (Use-Case)

- ▶ Gelingt ein visuelles Guiding auf der Webseite ?
- ▶ Welche Elemente zählen zu den Eyecatchern, welche Elemente finden keine Beachtung?
- ▶ Welche Elemente weisen das höchste Klickpotential auf?
- ▶ Welche Informationen werden nur oberflächlich betrachtet, welche gelesen?



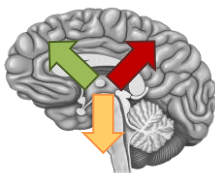
2 Retrospektives Interview

- ▶ Ist das Wording der Navigation verständlich?
- ▶ Gibt es Stolperfallen im Such- / Buchungsprozess?
- ▶ Vermittelt die Startseite einen glaubwürdigen und ansprechenden Eindruck?
- ▶ Löst die Website einen Handlungsimpuls / Interesse aus?



Bühne

- Die Bühne beinhaltet lediglich zwei Ansichten, das Element wird nicht hinreichend zur Außendarstellung. So kommt ein Teilnehmer beispielsweise, dass die Startseite die Produktionsstandorte nicht ausreichend betont.
- Weitere Bühnensichten integrieren, um Branding-Aspekte stärker hervorzuheben.








3 Usability Analyse

- ▶ Management Summary und umsetzungsorientierte Handlungsempfehlungen
- ▶ Bericht (PowerPoint) mit Heatmaps, Screenshots und Zitaten der Teilnehmer
- ▶ Performance der Usability-Dimensionen, inkl. Benchmark
- ▶ *Optional:* Ergebnisse des Implicit Brand Impact (via Reaktionszeitmessung)

Standardpakete und Investments

Das Untersuchungsdesign ist individuell konfigurierbar

	User-Experience (Basic)	User-Experience (Premium)
Stichprobe	n=10	n=10
Interviewdauer (anteilig an max. 90 Minuten)	16 bis 20 Minuten	30 bis 35 Minuten
Anzahl Use-Cases, ...	1	2
... darin Seiten mit Blickverlaufsanalyse (Beispielsweise Startseite, Trefferliste und Produktdetailansicht)	3	4
Startseitenbewertung (Assoziationen, Handlungsimpuls, Klickinteresse, Likes & Dislikes)		
Usability-Dimensionen inkl. Benchmark (Fragebogen mit 15 Statements zu Usability, Utility, Look & Feel)		
Implicit Brand Impact (Reaktionszeitmessung zur Erfassung impliziter Markeneffekte)	---	
Bericht (PowerPoint) (Summary, Handlungsempfehlungen, Eye Tracking Auswertungen: Heatmap, Gazeplots, bei Bedarf auch statistische Auswertungen)	Ca. 25 Folien	Ca. 35 Folien
Unser Angebot (netto)	2.950 €	3.950 €
KANO-Analyse (Einordnung von Inhalten und Features in Leistungs- und Begeisterungsfaktoren des Website-Angebots)	+ 300 €	+ 300 €
Fact-List (Excel-Liste aller Usability-Probleme, Einordnung nach Usability-Severity und Usability-Dimension und Handlungsempfehlung)	+ 400 €	+ 700 €

Referenzen

Webshops, Online-Titel, Stadtportale, Buchungsplattformen, Corporate Websites ...



Das sagen unsere Kunden:

„Der Konzept-Test hat sich voll und ganz gelohnt. Der von Mindfacts durchgeführte Konzept-Test mit Eye Tracking hat für die weitere strukturelle und gestalterische Ausgestaltung unseres Online-Projekts wichtige Erkenntnisse geliefert. Die Investition hat sich daher sehr gelohnt.“

Martin Reiher, Projektmanager, Aperto AG

„Ein großes Kompliment. Nach fast 20 Jahren in dieser Branche und vielen Projekten wie xing, studiVZ, lokalisten und vielen mehr darf ich sagen, dass ich derartige Analysen noch nicht zu Gesicht bekommen habe - super ... großes Kino.“

Steve Pscheid, Projektmanager, Fan-Orakel

„Gemeinsam mit Mindfacts haben wir eine Studie zum Prozessdesign bei der Online-Beantragung von Girokonten durchgeföhrt. Über die gesamte Durchföh rung bis hin zur Aufbereitung der Studienergebnisse hat Mindfacts unsere Erwartungen voll erfüllt. Mindfacts können und werden wir als Partner für Eye Tracking- und User-Experience-Analysen voll und ganz weiterempfehlen.“

Wolfgang Vogt, Vorstand, Zieltraffic AG

Ihr Partner für erfolgreiche Business- und Marketingentscheidungen

Ihr Ansprechpartner:



Dipl.-Kfm.
Patrick Gallitz
Geschäftsführender Gesellschafter

MINDFACTS GmbH
Usability - Marketing-Research
Wörthstr. 1
D - 81667 München

Web: www.mindfacts.de
Mail: gallitz@mindfacts.de
Telefon: + 49 (89) 44 45 45 43

Persönliche
Mitgliedschaften



HRB 202565; Sitz in München; Registergericht: Amtsgericht München



Copyright:

Diese Präsentation ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung oder Verwendung der Inhalte oder Bilder ist ohne Zustimmung der MINDFACTS GmbH unzulässig.