

## **ADV voert Eyetracking-onderzoek uit**

21 augustus 2009: ADV Market Research heeft onlangs met succes een Eyetracking-onderzoek uitgevoerd voor een grote ledenorganisatie. Voortaan kunnen we deze moderne onderzoeksmethode ook voor andere opdrachtgevers inzetten. Een Eyetracking-onderzoek is vooral interessant voor het achterhalen van concrete verbeterpunten voor visuele media zoals brieven en advertenties.

Bij een Eyetracking-onderzoek worden de oogbewegingen van respondenten geregistreerd tijdens het kijken naar testmateriaal. Een speciaal uitgerust beeldscherm met onzichtbare camera's toont de deelnemers bijvoorbeeld een brief of advertentie. Tijdens het bekijken van het scherm volgen de camera's nauwkeurig waar, hoelang en in welke volgorde men kijkt, zonder dat de deelnemers dat in de gaten hebben. Zo wordt de leessituatie realistisch nagebootst en kan het kijkgedrag op een objectieve manier geregistreerd worden. Van de verkregen data worden zogenaamde *heatmaps* gemaakt die het kijkgedrag grafisch tonen.

Ons Eyetracking-onderzoek werd gevolgd door een diepte-interview. Hiermee werden ook 'het waarom' en opinies over het testmateriaal inzichtelijk. De combinatie van deze twee methoden heeft ertoe geleid dat we concrete aanbevelingen konden doen ter aanscherping van de communicatie.