

## Angebot: Website-Test mit AttentionTracking™

### 1. Zielsetzung

Es gilt, eine Bewertung der visuellen Wirkung und Visibility des Online Auftritts von ausgewählten Portalen der Assekuranz-Branche zu erstellen.

Im Vordergrund stehen dabei die folgenden Zielsetzungen: Bestimmung der Visibility von zentralen Bereichen mit Fokus auf

- Impact: Wie stark wird der Bereich beachtet? Wird er übersehen?
- Time-to-contact: Wann wird der Bereich gesehen?
- Stickyness: Wie gut hält der Bereich die Aufmerksamkeit?
- Blickverlauf: Wie ist der Blickverlauf über die Seite – einheitlich oder verzettelt?

Diese Bereiche sollen untersucht werden:

- Navigation
- Contentbereich
  - Hauptbild
  - Headlines und Texte
  - Weitere Bildelemente
- Bilder oben links
- Banner
- Suche
  
- Ferner steht die Frage im Vordergrund, welche Learnings und Optimierungsmaßnahmen für die Seiten durch das Benchmarking mit dem Wettbewerb abgeleitet werden können.

Als zentrale Resultate der Studie stehen im Vordergrund:

- Visuelle Wirkung der Startseiten
- Ableitung von Optimierungsmaßnahme

### 2. Analyse der visuellen Wirkung mit AttentionTracking™

Die Wahrnehmung der Zielgruppe wird mit dem von MediaAnalyzer entwickelten AttentionTracking-Verfahren aussagekräftig, wahrnehmungssimultan in Echtzeit erfasst und analysiert (online Blickmessung). Das patentierte Verfahren basiert auf Ergebnissen der neueren Aufmerksamkeitsforschung und wurde im Rahmen eines Forschungsprojekts am California Institute of Technology (USA) entwickelt.

### 3. Zielgruppe

Es sollen 200 Probanden getestet werden:

Die Quotierung soll wie folgt sein:

- Alter: 18-49 Jahre
- Repräsentative Verteilung, mit Schwerpunkt „Versicherungsinteressierte“

#### 4. Timing

- Set-up: 2 Tage
- Feldzeit: ca. 2 Tage
- Auswertung: 4 Tage
- Gesamt: ca. 8 Werktage.

#### 5. Reporting

Die zentralen Resultate und Learnings werden optional vor Ort von Dr. Christian Scheier präsentiert. Das Reporting erfolgt in Form einer Powerpoint-Präsentation mit Management Summary (CD-ROM und Hardcopy). Die Aufmerksamkeitsdaten werden als Bar-Charts und Zeitreihen-Charts kompakt zusammengefasst. Zusätzlich werden die Daten auch dynamisch als Heat-Movie (Videos) zur intuitiven Darstellung der Aufmerksamkeitsverläufe dargestellt.

#### Angebot: Website-Test mit AttentionTracking

Position	Beschreibung	Gesamtpreis in EUR
1	Setup (1x für alle Website, wird durch alle teilnehmenden Websites geteilt)	1.400,- €
2	Probanden (N=200) Rekrutierung und Incentivierung durch MediaAnalyzer (1 x für alle Website, wird durch alle teilnehmenden Websites geteilt))	2.000,- €
3	Website-Check (pro Website) (Staffelpreis bei 10 Websites: 1.400,-€)	1.500,- €

Alle Kosten verstehen sich zuzüglich der Mwst.  
Dieses Angebot gilt bis zum 10.03.2004

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen vom August 2002.  
Mindestteilnehmerzahl: Drei Versicherungsgesellschaften

Dr. Christian Scheier  
MediaAnalyzer Software & Research GmbH

Hamburg, 10.02.2004

**Freigabe per Fax an MediaAnalyzer: 040 - 30 10 42 99**

---

Ort, Datum, Name, Unterschrift, Unternehmen