

EYE TRACKING RESEARCH

Online banner & Advertising

Realeyes 社はアイトラッキングデータを使って広告の広告文(コピー)を分析し、消費者にインパクトを全く、あるいは少ししか与えていない言葉を区別するのに役立っています。また、消費者がウェブコンテンツにどのような反応を示す経験的なデータを持つことは、メディアプランナー及びデザインチームにとってとても重要です。

Valassis Interactive 社 ニューメディア VP 製品開発チーム Steve Scherbak

Realeyes 社は Valassis 社よりバナー広告のデザインとそれぞれのコンテンツの配置を最適化するように依頼されました。有名な衛星テレビサービスプロバイダー用に、メッセージ、画像、またはバナーの配置場所についての調査が行われ、Tobii T120 アイトラッカーと TobiiStudio がこの調査で使用されました。

Key question

Valassis 社はインターネットで映画のレンタルや、購入を行う消費者をターゲットにしたウェブサイトのデザインを 2 種類用意しました。一つは赤、もう一つは青のバナーです。

この調査は下の項目について明らかにすることです。

- 最適なデザイン
- WEB サイトにおける最適な配置
- 一番注目を集めているのはバナーのどの部分か

The study

信憑性のある結果を得る為、50 人の被験者を対象にテストが行われました。被験者の 60% は女性、そして 60% は 30 歳以上の方でした。普段の生活と変わらない自然な反応を得る為、ロンドンにある極普通の喫茶店で調査は行われました。現場にアイトラッカーを持ち込めば、テスト・ラボに被験者を呼ぶよりも迅速に、そしてコストを最小限に抑えて調査を行うことが可能です。また、被験者の学習効果による偏りを防ぐために、それぞれ異なる 2 種類のバナーがあるオフラインのウェブサイトがランダムな順番で使用されました。そして全員に「このウェブサイトを使い、お好きな DVD をレンタル、もしくは購入してください」という課題が与えられました。レンタルもしくは購入を決定した段階で、調査は終了となります。



Tobii T120 アイトラッカーは写真のように喫茶店に設置されていました。

The result

広告の目的は、その内容を思い出してもらい、それを購入する等のアクションを起こしていただくということなので、広告を見るということは非常に重要です。

TobiiStudio で興味領域が定義され、全員分のヒートマップの表示、統計計算で使用されました。

まず、「赤」のデザインは「青」のデザインより多くの注目を得ました。そして、それは全体的な結果の向上にも影響を与えていることがわかりました。



それぞれのバナーの注目の差を表すヒートマップです。

「赤」デザインの一番上の部分は「青」のデザインに比べ、22%多くの注目を得ました。(「青」のデザインの 86 回の注視回数に対し、「赤」のデザインは 103 回です。)

次にトップエリアにあるバナーが得た注視時間はボトムエリアの約 2.3 倍であることがわかりました。

Summary	Top	Bottom
Attention deployment		
Time to first eye fixation (s)	2.8	11.5
Information processing		
Observation length (s)	1.0	0.5
Attention quality		
Average fixation duration	95%	117%
Visibility		
% people noticing the area	65%	55%
% of total visual value	60%	26%

アイトラッキングマトリックスは分析中に使われました。

トップエリアを赤、ボトムエリアに赤い背景にコントラストをつけて青のバナーを使うことが最適な組み合わせでした。これにより、注目度が14%アップの結果となりました。さらに、バナーのどの部分が一番注目を得たかについての調査にもアイトラッキングが使用されました。



赤バナーのヒートマップを見ると、数字の4が一番見られています。
青バナーでは数字の29が一番多く見られています。

最も注目を集めたバナーについては、より詳細に分析するため細かい興味領域へと分けられました。(下図参照)。



この調査では、数字やはっきりと書いてある大きめ製品名に多くの視線が集中したことがわかりました。さらに、人々が実際バナーのこの部分をあまり見ていないことから「Free」と書くことはあまり意味がないことがわかりました。

バナースペースはより有効に使うことができそうです。例えば、「Order Now」(今すぐ購入)ボタンは今の配置では、全体の12%しか見られていませんが、配置を変えることで、より多くの注目を集めることができるかもしれません。

Benefits gained from using eye tracking

オンライン広告の効果向上のため、アイトラッキングを使用することにより、メッセージに最大限の視線を集めることができるように改善することができます。

現在オンラインキャンペーンの効果を判断するスタンダードな基準となっているCTR(クリック率)に比べ、アイトラッカーは広告を客観的に測定することができるのがユニークな特徴です。ウェブサイトを訪れる人は広告が目にとまり注意を引きつけたとしても、特に理由がなければそこをクリックすることはありません。その為マウスクリックのカウントより、サイトを訪れた人の注意をどのくらい引きつけたかを計るほうが効果があります。アイトラッキングは販売を伴わないオンラインキャンペーンに対してCTR(クリック率)よりはるかに適切な基準を提供します。

特にこの場合では、デザインとメッセージの配置最適化は従来と比べて1/3以上の効果がありました。

このような直接的な効果に加え、この調査で得られたデータでこれからのキャンペーンを向上させることができます。例えば、メディアの購買決定モデルの最適化を行う、一番消費者に好まれるデザイン要素を知る、またこれからのキャンペーンでさらに大きなインパクトを与えるようなデザインにする等です。

Why Tobii?

私たちは非常に迅速な対応を求められています。弊社のスタッフは普通の喫茶店やショッピングセンターでも、わずか10分程度でTobii x120 アイトラッカーをセットアップすることができます。このような意味では、Tobii以外の選択肢はありません。

Mihkel Jaatma, Director, Realeyes Data Services Ltd.

記録されたデータの品質と安定したハードウェアは Realeyes 社にとって非常に重要です。私たちは Tobii T120 アイトラッカーが2007年夏に市場に出てすぐに導入いたしました。それ以来 Tobii 製品には大きな信頼を置いています。

Niall Bellabarba, Director, Realeyes Data Services Ltd.

Realeyes Data Services Ltd.について

Realeyes 社は定量アイトラッキングリサーチを専門で行っている企業です。この会社は大規模なアイトラッキングデータサンプルを収集し、迅速な対応や、費用対効果に優れた質のサービスを提供しています。Realeyes 社の分析ソリューションではすべての結果は読みやすいレポート(PDF、PDT、フラッシュフォーマット)で迅速に出力されます。そのため、クライアント企業はそれに関する時間と労力を大幅に削減することができます。

Realeyes社のクライアントは、リサーチ会社、コンサルティング会社、マスコミ関連の会社、マーケットリサーチ会社、クリエイティブ会社等です。また、Sony、Barclays、PriceRunnerへも直接サービスを提供しています。

Realeyes社はTobiiのオフィシャルパートナーです。

御社のビジネスにアイトラッキングを！！

お問い合わせ:

トビー・テクノロジー・ジャパン株式会社

〒108-0074 東京都港区高輪 3-4-13 アソルティ高輪 4F

TEL:03-5793-3316 FAX:03-5793-3317

www.tobii.co.jp sales.jp@tobii.com