



## LÖSUNGEN



Wissen, was  
Aufmerksamkeit erregt

## INNOFACT Attention Drawer

Die Grundlage einer erfolgreichen Kundenbeziehung und der Gewinnung neuer Kunden ist eine Kommunikation, die bewusst wahrgenommen wird und gefällt.

Mit dem **INNOFACT Attention-Drawer** wird gemessen, welche Elemente eines Key-Visuals Aufmerksamkeit erzeugen, ob positiv oder negativ. Erhalten Sie vielfältige Meinungen zu jedem Bild-Element Ihres Key-Visuals, um einzelne Elemente zu optimieren und die erfolgversprechendste Alternative zu ermitteln.

Der **INNOFACT Attention-Drawer** eignet sich gleichermaßen für Konzepte wie neue Produktideen, -namen und -designs sowie viele andere visuelle Testmaterialien wie Plakate, Webseiten, Werbung und Verpackungen.



DAS MARKTVORSPRUNGSINSTITUT.

INNOFACT  AG

## LÖSUNGEN

Werbung  
**Attention-Drawer**



# Im Detail steckt der Erfolg

Als Alternative zur klassischen offenen Abfrage von Likes und Dislikes liefert der **INNOFACT Attention-Drawer** wertvolle Insights auf der Detailebene und erlaubt es so Konzepten, Websites, Plakaten und vielen anderen visuellen Testmaterialien den letzten Schliff zu geben.

## Diese Fragen werden beantwortet

- Welche Elemente fallen besonders auf?
- Welche Elemente kommen besonders gut an?
- Welche Elemente kommen nicht gut an und warum nicht?
- Wie kann man die Elemente einer Webseite, einer Werbung oder Verpackung optimieren?

### Methodische Vielfalt

Der **INNOFACT Attention-Drawer** eignet sich überall dort, wo Aufmerksamkeit, Wahrnehmung und Usability eine Rolle spielen.

### Ergebnisorientierung

Flexible Projektumsetzung, schnelle Ergebnisse, belastbare Kennzahlen durch gezielte Befragung der relevanten Zielgruppe und intuitive visuelle Darstellungen ermöglichen operativ nutzbare Resultate.

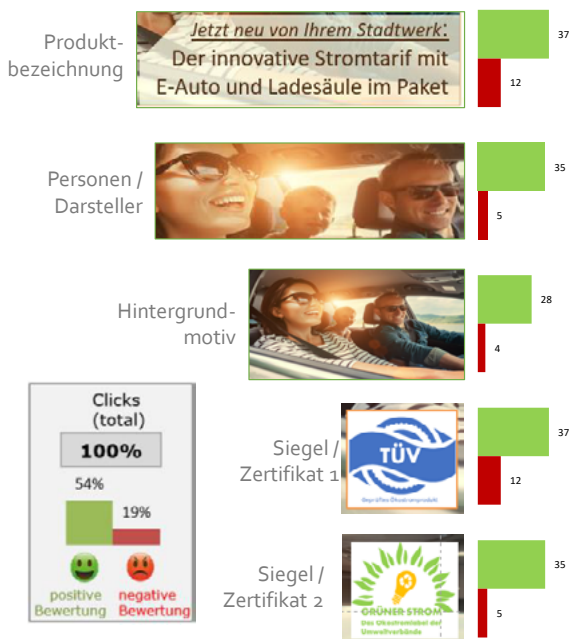
### Integration in klassische Befragungen

Der **INNOFACT Attention-Drawer** kann als Modul in jede klassische Onlinebefragung integriert werden, um in einer Studie zusätzlich zu anderen KPIs qualitative Bewertungen abzufragen.

## So funktioniert es

Der Befragte kann direkt im Konzepttext die Passagen und im Design die Bereiche markieren, die ihm besonders gut oder weniger gut gefallen. Darüber hinaus kann dieser das ausgewählte Element positiv oder negativ bewerten und in einem Textfeld eine Anmerkung oder Begründung für sein Urteil abgeben.

Ein interaktives Beispiel finden Sie online unter <https://innofact.de/attentiondrawer/>



**Originalnennungen:**

- Die Siegel schaffen Vertrauen
- Das Motiv vermittelt Aufbruchsstimmung
- Textfeld ist zu dominant im Vordergrund
- Die Personen sehen zufrieden aus
- Der Text hat zu wenig Informationen

Foto: istockfoto.de