

Eye Tracking Research

Marketing Service

< 飲料ベンダー編 >

アイトラッキングリサーチのご紹介(飲料ベンダー編)

< E T R の活用事例 >

什器・売場開発

商品開発(パッケージ開発・クリニック調査)

店頭プロモーション効果検証(P O P ・各種施策)

メディアのクリエイティブ評価

アイトラッキングリサーチのご紹介(飲料ベンダー編)

< E T R の活用事例 >

什器・売場開発

消費者の視線の動きを意識したベンダー内配置になっているかどうか

店頭プロモーション効果検証(POP・各種施策)

ベンダー内のPOPにより、消費者の視線の動きに

変化が見られたかどうか

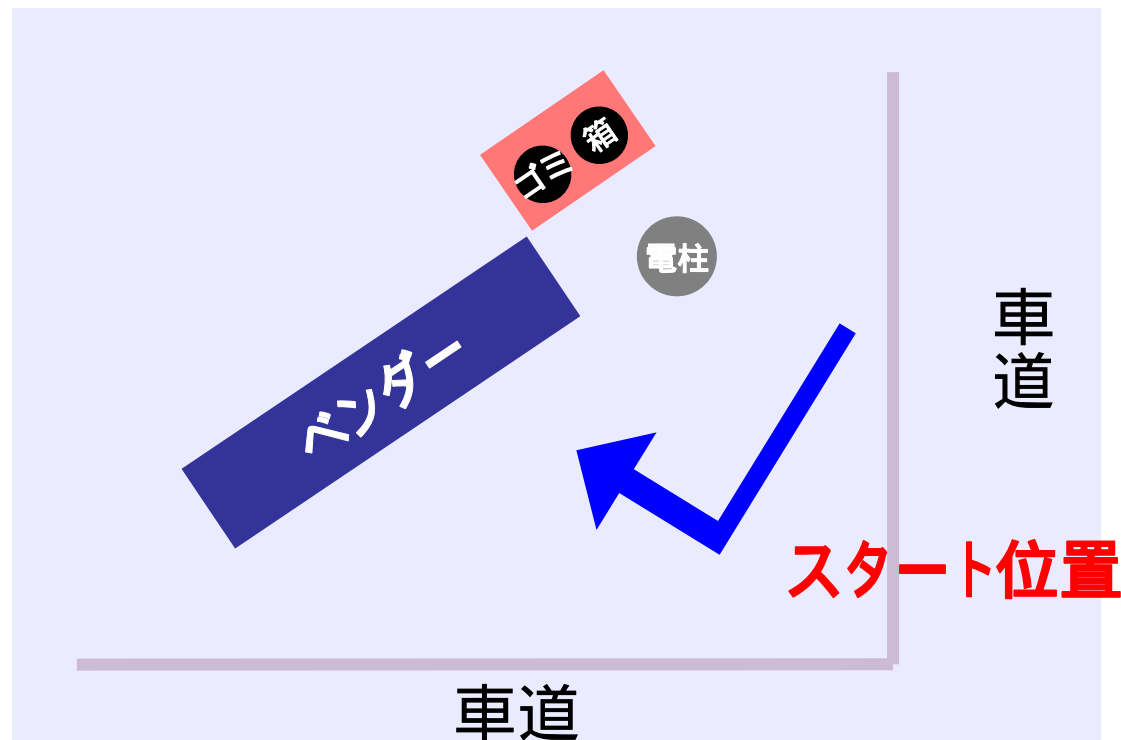
ベンダー内のPOPはどの程度見られていたのか

実際の飲料ベンダーで検証

アイトラッキングリサーチのご紹介(飲料ベンダー編)

- 調査実施場所: 街頭飲料用ベンダー
- 被験者: 30代OL
- 設定条件: 普段、飲料を購入する時と同じように、「街を歩いている時に飲みたいドリンク」を購入してもらう。

《実施ベンダー見取り図》



アイトラッキングリサーチのご紹介(飲料ベンダー編)

《実施ベンダー全景》



進入方向

アイトラッキングリサーチのご紹介(飲料ベンダー編)

視線の動きと、意識をマッチングすると……



< 硬貨投入前 >

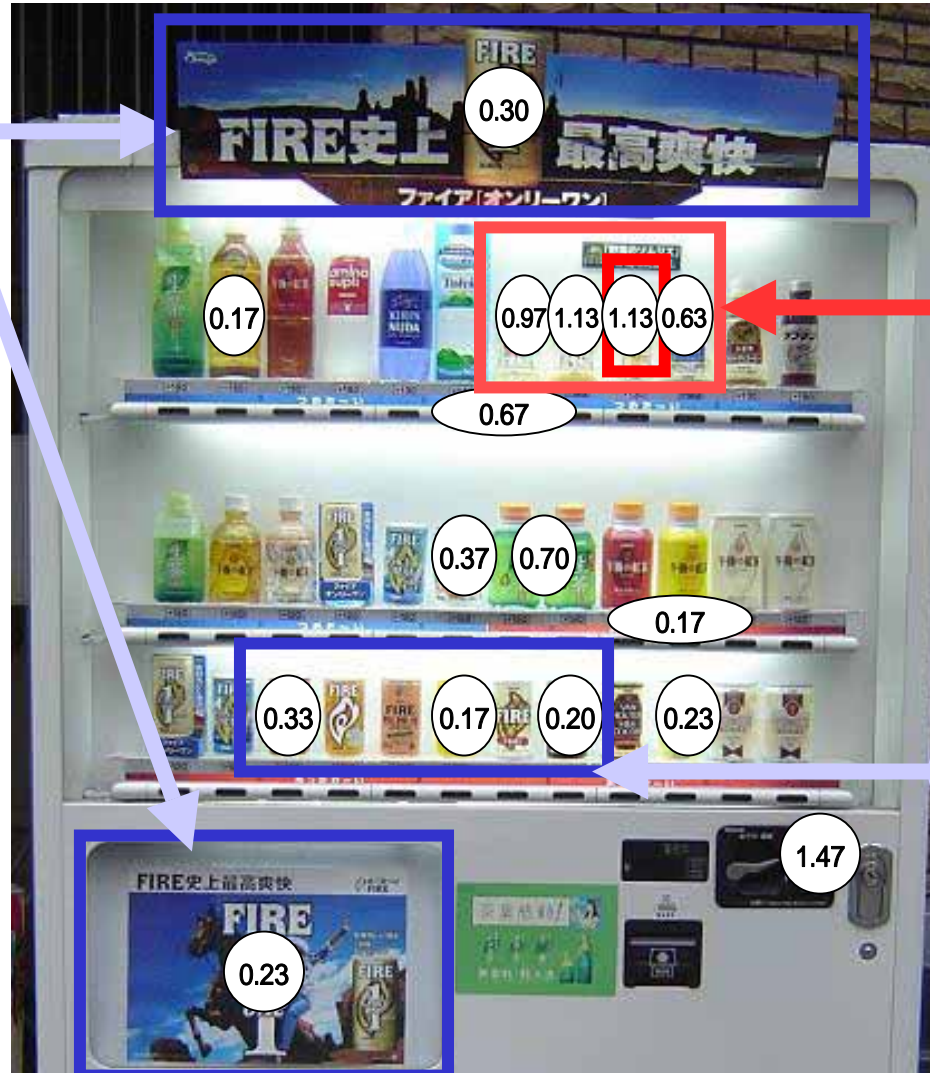
視線の留まった時間は
1 / 6秒以下は切り捨てています。

< 硬貨投入後 >

アイトラッキングリサーチのご紹介(飲料ベンダー編)

視線の留まった時間と、意識をマッチングすると・・・

上下に配置されたPOPが視線を誘導、製品認知度もUP!
0.53秒注目



「小岩井」というブランドロイヤリティに加え「無添加」「純水」のコピーで消費者の関心をUP
3.86秒注目

POPからの誘導で商品シリーズの注目度UP
0.70秒注目

★視線スタート地点

視線の留まった時間は
1 / 6秒以下は切り捨てています。

アイトラッキングリサーチのご紹介(飲料ベンダー編)

< 調査結果からの分析例 >

什器・売場開発

「ホット・コールド」「容器形態」で、探しやすい商品配列
「無添加」「ヘルシー」「厳選素材」のコンセプト商品でまとめることで、
消費者にインパクトを与え、購入意向を喚起

店頭プロモーション効果検証

大型のPOPを上下から挟み込むように配置したことにより、
当該商品シリーズの視線の誘導に成功

各種クリエイティブチェックや
販促効果検証が可能

アイトラッキングリサーチのご紹介(飲料ベンダー編)

アイトラッキングリサーチを用いた 多様な検証データの蓄積

購買時のマインド設定 (目的 / 気分 etc.)
購買時の条件設定 (計画・非計画購買 / 購入経験の有無etc.)
対象者特性 (年齢 / 性別 / 身長 / 嗜好etc.)

メーカーや流通業界
個々のニーズに応じて
生活者の購買行動をモデル化

有効且つ、効率的な
商品戦略・流通戦略を構築

Eye ***Tracking*** ***Research***

Marketing Service

< 飲料ベンダー編 >