



# NEUROVIEWER

**Künstliche Intelligenz für optimierte Wahrnehmung:  
Neues, einzigartiges Tool zur Ermittlung der Aufmerksamkeitsschwerpunkte.**

Die künstliche Intelligenz des g/d/p Neuroviewers hilft Ihnen die visuelle Wirkung Ihrer Werbemittel zu verbessern und die Konversionsrate zu steigern.

- ⇒ **MEHR AUFMERKSAMKEIT**
- ⇒ **MEHR INTERESSE**
- ⇒ **MEHR ABSATZ**



## TOOL

- Sehr effizientes Instrument zur Analyse und Optimierung von Werbemitteln im Shopper- und Customermarketing
- Besonders geeignet für Displays, Anzeigen, Salesfolder, Verpackungen

### ANALYSE VON WERBEMITTELN



## VORTEILE

- Hohe Effizienz durch schnelle und kostengünstige Ergebnisse
- Sehr große Datenbasis sichert hohe Belastbarkeit der Ergebnisse
- Ergebnisse orientieren sich an der Realität menschlicher Wahrnehmung
- Performance Vergleich von eigenen Werbemitteln sowie zum Wettbewerb möglich
- Erhöhung der Viewer-Rate



## ABLAUF

1. Bereitstellung der Stimuli
2. Festlegen „Areas of Interest“
3. Einlesen der Stimuli
4. Analyse
5. Erhalt der Ergebnisse



## INSIGHTS

- **Hot Spots:** Wo sind die Eye-Catcher?
- **Blickverläufe/Wahrnehmungshierarchie:**  
In welcher Reihenfolge betrachten die Probanden das Stimulus-Material?
- **Visibility-Leistung:** Wie verteilt sich die Aufmerksamkeit auf die Komponenten?
- **Markenwahrnehmung:**  
Wie ist die Markenwahrnehmung?
- **POS-Attention-Power:** Wie hoch ist die Aufmerksamkeitsleistung im Vergleich zum Neuroviewer Benchmark und dem POS-Umfeld?



## ANWENDUNGSBEREICHE

- **Displays und Zweitplatzierungen**
- **Handzettel**
- **Preisauszeichnungen**
- **Aufsteller**
- **Regaltest**
- **Kaufimpulse**
- **Markenaktivierung**
- **Verpackungstest**
- **Anzeigen**
- **Salesfolder**
- **... und vieles mehr**

## AUSWERTUNGSBEISPIELE

Überprüfung der Werbemittel auf die gewählten Kommunikationsziele ermöglicht Absatzplus.



**POS Attention Power\* 495**

### Fokus auf Kernbotschaft

| ATTENTION |     |
|-----------|-----|
| Headline  | 42% |
| Icons     | 31% |
| Störer    | 15% |
| Sockel    | 5%  |
| Produkte  | 4%  |
| Call Tray | 3%  |

Die größte Aufmerksamkeit entfällt mit 42% auf die Headline.

\* POS-Attention-Power-Index  
POS Umgebung (Wert=100)  
Neuroviewer Durchschnitts-Displays (Wert=201)



**POS Attention Power\* 396**

### Fokus auf Produkte

| ATTENTION       |     |
|-----------------|-----|
| Produkte Topper | 35% |
| Headline        | 26% |
| Produkte        | 15% |
| Logo Sockel     | 10% |
| Störer          | 6%  |
| Tray            | 4%  |
| Logo Seite      | 4%  |

Die größte Aufmerksamkeit entfällt mit 35% auf Produkte/Topper.