



Werbewirkung in der c't Magazin iPad-App

Fallstudie

© eResult GmbH – Results for Your E-Business
(www.eresult.de)

So können Sie profitieren:

- ***Werbekunden überzeugen durch...***

- ✓ Detaillierte Aussagen zur Wahrnehmung und Erinnerung von Anzeigen
- ✓ Beurteilung/Feedback zu Motiven, Text und Gestaltung
- ✓ Blickverlaufsmessung zur Erfassung von Kontaktdauer und Aufmerksamkeitsverteilung

- ***Usability-Probleme beheben und Nutzungserlebnis steigern durch...***

- ✓ Natürliche und freie Kontaktsituation
- ✓ Szenariobasierte Nutzung
- ✓ Verhaltensbeobachtung
- ✓ Fokussierte Interviews

Der Kunde

- » c't magazin für computertechnik – eines der meistgekauften Computermagazine in Europa
- » rund 278.000 verkaufte Exemplare pro Ausgabe
- » Seit 2012: Entwicklung einer iPad-App zur Digitalisierung der Inhalte aus Deutschlands größter IT-Redaktion
- » Werbeanzeigen als wichtige Einnahmequelle → die Kunden müssen von den Vorzügen des Werbens in der App überzeugt werden



Die Aufgabenstellung

- » Messung der Wahrnehmung, Erinnerung und Bewertung von Werbeanzeigen.
- » Aussagen zur quantitativen Akzeptanz von Anzeigen innerhalb der App.
- » Erkenntnisse zu positiven und negativen Wirkfaktoren in Bezug auf die Bewertung und Akzeptanz von Anzeigen.
- » Optimierung der User Experience innerhalb der App.



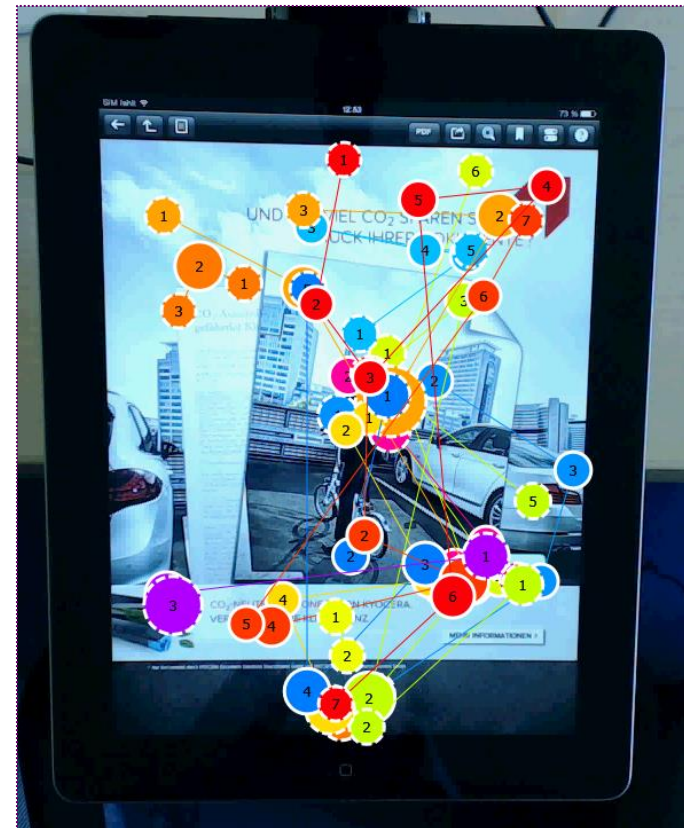
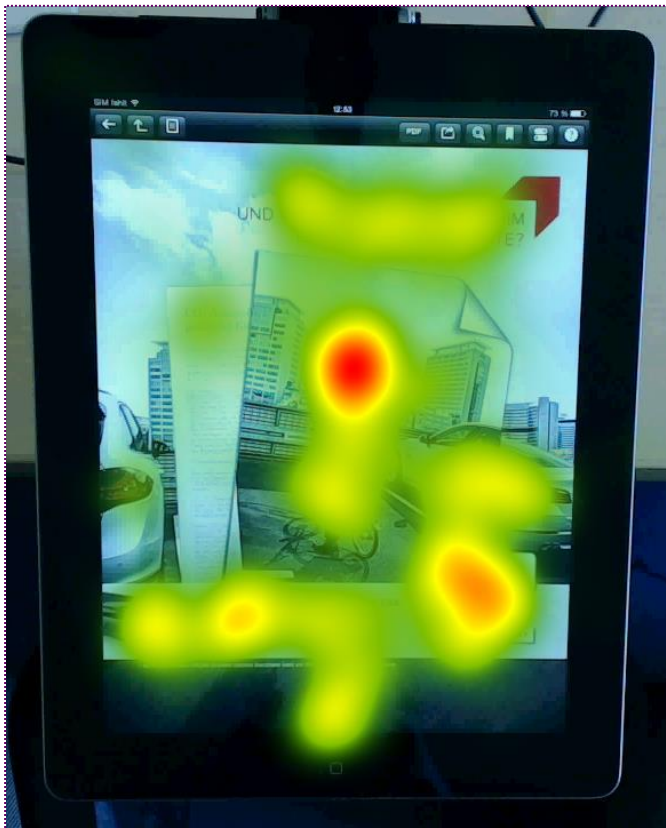
Die Vorgehensweise

- » In einem Nutzertest im Usability-Labor wurden 20 Probanden aus der Zielgruppe bei der Nutzung der App beobachtet.
- » Mithilfe von Fragebögen wurde die Erinnerung und Wirkung der Werbeanzeigen erfasst. Zusätzlich erfolgten vertiefende Interviews.
- » Während der gesamten Nutzung wurde der Blickverlauf aufgezeichnet.



Die Ergebnisse (Beispiel)

- » Aufmerksamkeitsverteilung über die gesamte Betrachtungsdauer:
- » Gazeplot (Reihenfolge der einzelnen Fixationen):

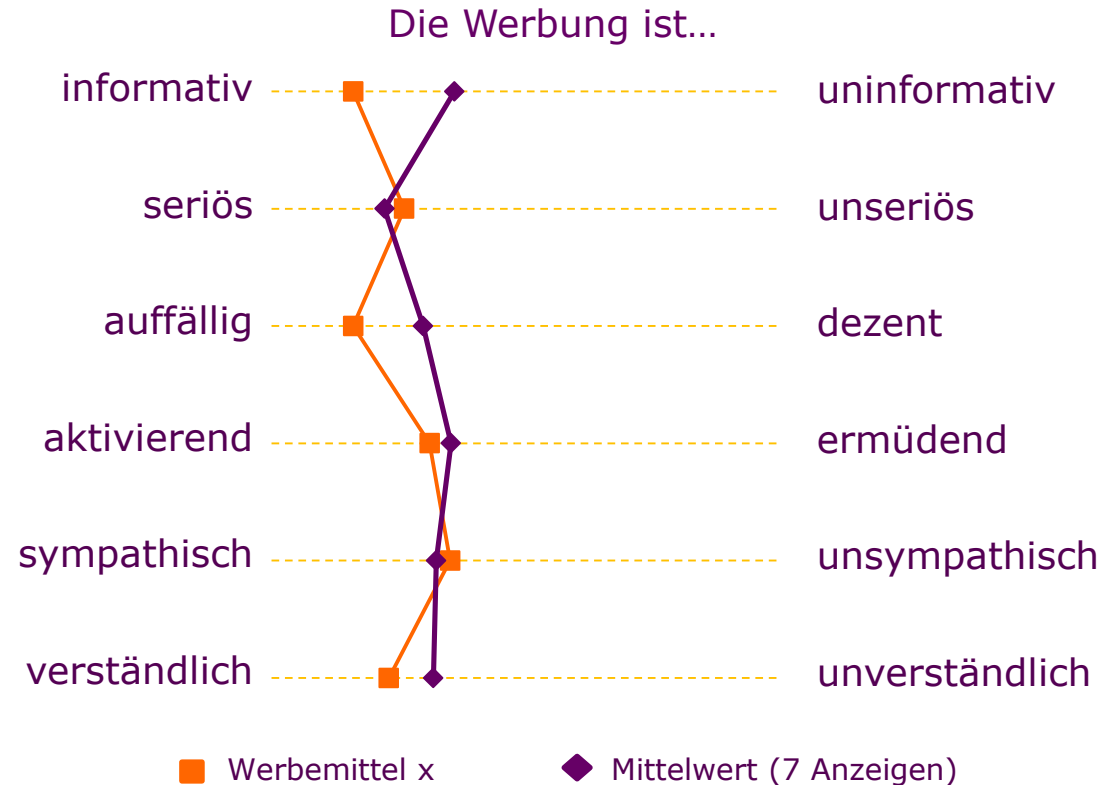


Die Ergebnisse (Beispiel)

» Metriken:

Kontaktwahrscheinlichkeit:	45%
<i>Von wie vielen Nutzern (Prozent) wurde die Werbung wahrgenommen?</i>	
Time to Contact:	300,15 s
<i>Wie lange hat es gedauert, bis die Werbung wahrgenommen wurde?</i>	
Total Visit Duration:	1,95 s
<i>Wie lange fixierten die Nutzer insgesamt die Werbung?</i>	
Recall	10%
<i>Wie viele Nutzer gaben <u>ungestützt</u> an, sie hätten die Werbung gesehen?</i>	
Recognition	25%
<i>Wie viele Personen erinnerten sich <u>gestützt</u> an die Werbung?</i>	

» Instrumentelles Nutzerfeedback:



Die Ergebnisse (Beispiel)

» User Experience:

- ✓ Am Seitenende fehlt ein „Nach oben“-Link bzw. weiterführende Links oder Funktionen.
- ✓ Sind auf einer Seite mehrere kleinere Artikel, ist die Übersicht und die Navigation erschwert. Die Überschriften der Artikel sollten daher oben aufgeführt und verlinkt werden.
- ✓ Die Nutzer sollte schneller und einfacher die Text-Größe ändern können.
- ✓ Interaktive Elemente werden sehr begrüßt. Auch Werbeflächen, die die Funktionen des Geräts (z.B. Kippen, Drehen) nutzen, können den Nutzer begeistern.
- ✓ U.v.m.



Das sagt der Kunde

„Der Werbewirkungstest auf dem iPad war für uns äußerst wertvoll. Wir können unseren Anzeigenkunden damit belegen, dass die Werbung in unserer App wahrgenommen und erinnert wird. Dafür möchten wir dem kompetenten Team von eResult danken. Neben der modernen Technik und der flexiblen Projektplanung hat uns vor allem die gute Beratung in allen Projektphasen überzeugt.“

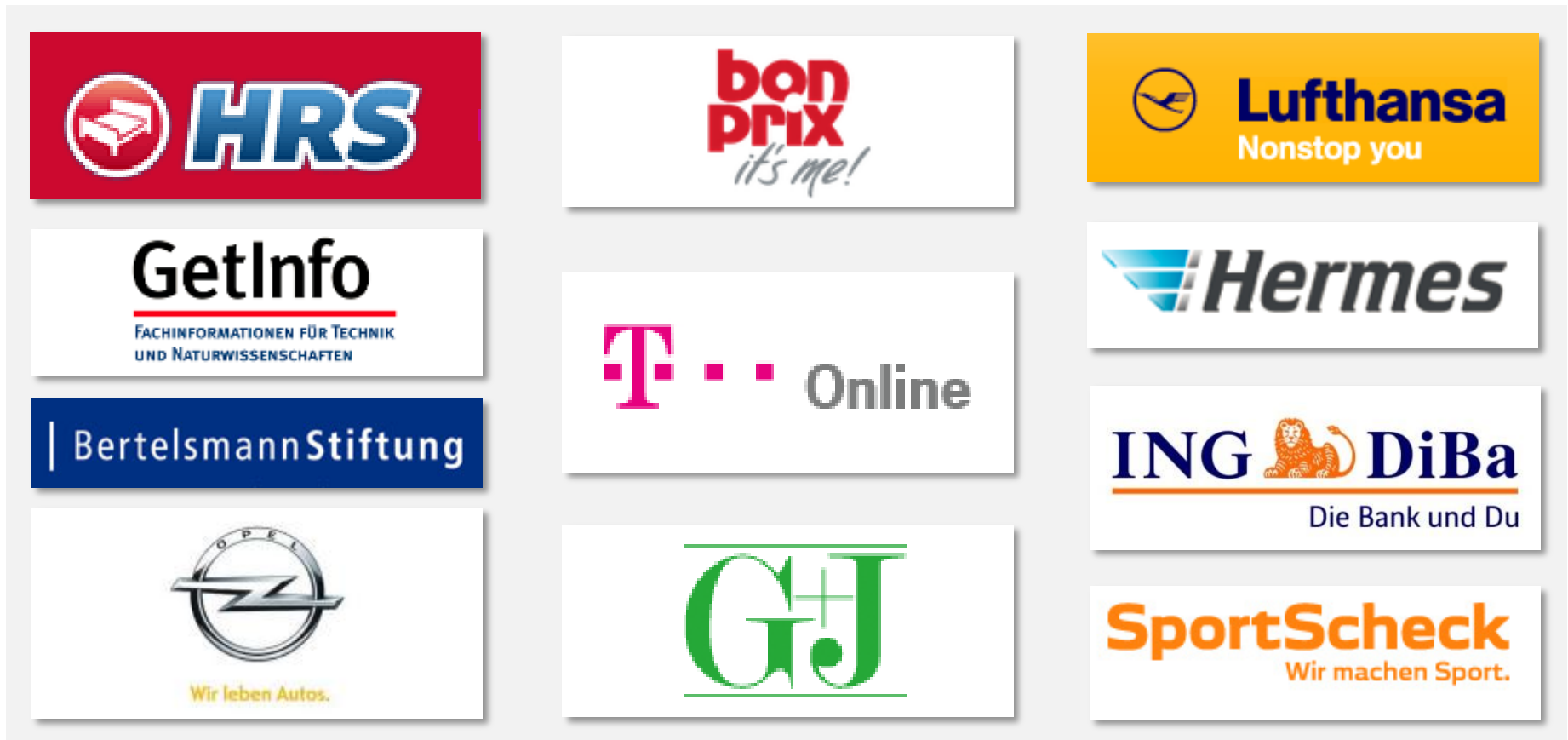
Simon Tiebel, Stellv. Anzeigenleiter/Senior Media Consultant,
c't-Magazin für Computertechnik



Profitieren auch Sie von unserem Knowhow rund um mobile User Experience!

- » Individuelle Studienkonzepte und Auswertungsdesigns
- » Modernste Technik zur Messung des Blickverlaufs auf allen mobilen Endgeräten
- » Flexibler Versuchsaufbau zur komfortablen und ungestörten Beobachtung der Tests.
- » Erfahrung aus über 100 mobile Projekten und eigenen Studien.
- » Konkrete Handlungsempfehlungen für ein besseres Nutzungserlebnis, zufriedene Kunden und mehr Umsatz.

Diese und weitere Unternehmen setzen ebenfalls auf die nutzerzentrierte (Weiter-)Entwicklung von Apps und mobilen Anwendungen



Für Ihre Fragen und Wünsche sind für Sie da:



Thorsten Wilhelm

Geschäftsführender Gesellschafter & Gründer

☎ +49 551 5177-426

✉ thorsten.wilhelm@eresult.de



Martin Beschnitt

Managing Director

☎ +49 40 36166-7981

✉ martin.beschnitt@eresult.de

Büro Göttingen

Planckstraße 23

37073 Göttingen

☎ +49 551 49569-331

📄 +49 551 49569-330

Website: www.eresult.de

Standort Hamburg

Ludwig-Erhard-Straße 18

20459 Hamburg

☎ +49 40 36166-7980

Themenblog: www.usabilityblog.de

Standort Frankfurt

Uhlandstraße 58

60314 Frankfurt / Main

☎ +49 69 133965-24