

Pressmeddelande

Stockholm, 8 juni 2021

Tobii Pro lanserar eyetracking-lösning för marknadsundersökningar i mobilen

Tobii Pro, världsledande inom eyetracking-lösningar för beteendestudier, lanserar idag möjligheten att genomföra storskaliga marknadsundersökningar via mobiltelefoner. Lösningen är en del av undersökningsplattformen Sticky by Tobii Pro och ger annonsörer och marknadsförare nu möjlighet att genomföra undersökningar via såväl mobiltelefoner som laptops och stationära datorer.

Sticky by Tobii Pro är en webbaserad plattform för storskaliga marknadsundersökningar som används av marknadsförare och annonsörer. Plattformen förenklar processen för avancerade och kvantitativa undersökningar genom att kombinera enkätfrågor med eyetracking via webbkameror och analys av känslor. Med den nya lösningen kan analyser och insikter om konsumentbeteende hämtas in via mobiltelefoner. Det möjliggör för företag att utvärdera reklamkännedom och hur konsumenter reagerar på innehållet, till att analysera uppfattning av olika förpackningsdesigner.

Den nya funktionen gör det möjligt att samla in eyetracking-data utan att behöva installera ytterligare hårdvara eller mjukvara. Detta i kombination med insamling från mobiltelefoner bidrar till att marknadsförare och annonsörer får en snabbare väg till insikt och en ökad effektivitet i sin marknadsföringsanalys.

"Vi utökar vår Sticky-plattform med en helt ny funktion för marknadsundersökningar via mobiltelefoner och kan nu erbjuda våra kunder en helhetslösning för utvärdering av annonser och förpackningsdesign.", säger Ali Farokhian, VP of Marketing Research & User Experience på Tobii Pro. "I dagens samhälle, där uppmärksamhet är hårdvaluta och yngre generationer har mobilen som primär kommunikationskanal, måste marknadsförare förstå konsumenternas ständigt föränderliga preferenser och intressen i alla kanaler."

Procter & Gamble, en av världens största annonsköpare, har testat den nya funktionen för att mäta annonsgenomslag och har redan sett flera fördelar:

"Då konsumenternas medievanor blir alltmer mobila, kan Sticky erbjuda lärdomar och insikter från var konsumenterna faktiskt befinner sig och därmed hjälpa oss på P&G att fortsätta sätta konsumenten i centrum i allt vi gör. Alltgenom vårt pilotprojekt med Sticky, upptäckte vi ett mycket bra verktyg för att mäta uppmärksamhet i olika medier, alltsammans genomfört på ett mycket smidigt sätt tack vare samarbetet med Tobii.", säger Tobias Graaf Bjöersdorff, Nordic Data & Digital Brand Manager at Procter & Gamble.

För mer information, besök: www.tobii.com/product-listing/sticky-by-tobii-pro

Kontakt

Lina Perdius, Head of Communications, Tobii AB, tel: 070-018 78 75, e-post: lina.perdius@tobii.com

Henrik Mawby, Investor Relations, Tobii AB, tel: 072-219 82 15, e-post: henrik.mawby@tobii.com

Tobii AB (publ)
Box 743
S-182 17 Danderyd
Sverige

telefon: +46 8 663 69 90
fax: +46 8 30 14 00
www.tobii.com



Om Tobii

Tobii är världsledande inom eyetracking. Vår mission är att göra världen bättre med teknik som förstår vår uppmärksamhet och intention. Tobii bedriver verksamhet inom tre affärsområden: Tobii Dynavox gör specialutvecklade datorer som styrs med ögonrörelser eller pekskärm som används av personer med särskilda behov. Tobii Pro utvecklar och säljer eyetracking-lösningar och -tjänster som idag används av mer än 3 500 företag och 2 500 forskningsinstitutioner, däribland 98 av världens 100 mest välansedda universitet. Tobii Tech levererar eyetracking-teknologi som integreras i konsumentelektronik och andra produkter så som persondatorer, virtual reality, hälso- och sjukvårdstillämpningar, med mera. Tobii har sitt huvudkontor i Sverige och är noterat på Nasdaq Stockholm (TOBII). Koncernen har över 1 000 anställda. Mer information finns på: www.tobii.com.

Tobii AB (publ)
Box 743
S-182 17 Danderyd
Sverige

telefon: +46 8 663 69 90
fax: +46 8 30 14 00
www.tobii.com