

Tobii Pro lanserar världens första undersökningspanel med eyetracking

Stockholm, 30 november, 2015 – [Tobii Pro](#), världsledande inom eyetracking-lösningar för forskning och konsumentundersökningar, utrustar världens första storskaliga undersökningspanel för kontinuerlig insamling av blickdata. Panelen omfattar 1000 svenska hushåll. Genom kvantitativ data om vad som engagerar visuellt kan publicister och annonsörer bättre utvärdera effekten av webbannonser. Tobii och Adssets, som erbjuder annonslösningar till många av Nordens och Europas ledande publicister, har tecknat avtal som innebär att Adssets kommer att erbjuda blickdata från panelen till sina kunder med början i Q1, 2016.

Eyetracking är en kraftfull och snabbt växande metod för att förstå mänskligt beteende. Metoden avslöjar var en person tittar och används av publicister och annonsörer för ta reda på hur människor uppmärksammar och tar till sig olika marknadsföringsbudskap. Fram tills idag har eyetracking-studier framförallt genomförts i labb- eller butiksmiljöer.

Nu sätter Tobii Pro upp världens första undersökningspanel med eyetracking i stor skala. Panelen kommer att utgöras av ett representativt urval av 1000 svenska hushåll, som efter att ha gett sitt godkännande till att medverka i panelen får en eyetracker ansluten till en laptop eller en stationär dator i hemmet. Panelen möjliggör kontinuerlig datainsamling från ett stort antal svenska hushåll, som en del av deras dagliga internetanvändande. I samarbetet med Adssets kommer blickdatat att omvandlas till mätetal som visar graden av människors visuella engagemang på olika webbsidor som de besöker. Adssets tillhandahåller dessa mätetal som en tjänst till publicister och annonsörer, vilka på ett mer effektivt sätt kan följa upp sina marknadsföringsaktiviteter online.

– Att kunna analysera konsumenters visuella engagemang i annonser skapar helt nya och spännande möjligheter för företag att kommunicera sina varumärken, säger Rickard Ebersjö, VD för Adssets. Adssets erbjuder erkänt engagerande annonsformat, så kallade rich media-format, och även detaljerade mätetal i rapporteringen för analys av kampanjers utfall. Tillsammans med Tobii's eyetracking-teknik och panel kommer vi nu att kunna lägga en ny dimension till vår rapportering som hjälper annonsörer att maximera effekten av annonseringen ytterligare.

– Konkurrenten om uppmärksamhet är tuff mellan annonsörer i dagens informationsflöde. Genom att mäta hur människor uppmärksammar och tar till sig marknadsbudskap kan vi leverera djupare insikter än traditionell klick- och visningsstatistik, säger Tom Englund, chef för affärsområdet Tobii Pro. Undersökningspaneler med eyetracking gör det möjligt att erbjuda kostnadseffektiv tillgång till stora datavolymer i realtid. Vi adderar nu eyetracking-paneler till vårt erbjudande till annonsmarknaden. Det är en viktig milstolpe i vårt arbete mot att många fler verksamheter ska få dra nytta av värdet av eyetracking.

[Tobii Pro](#), ett affärsområde inom Tobii, är ledande leverantör av eyetracking-lösningar och tjänster för att studera mänskligt beteende. Genom insikter från eyetracking hjälper vi forskare inom både akademiska och kommersiella områden att utveckla sin forskning och skapa förändring. Våra lösningar används inom en rad områden, från studier av köpbeteenden och användbarhetstester till psykologi- och synforskning. Vi är stolta över att ha över 2000 företag och 1500 forskningsinstitutioner



som våra kunder, däribland Microsoft, Procter & Gamble, Ipsos och GfK samt alla av världens 50 mest ansedda universitet.

Tobii offentliggör denna information enligt svensk lag om värdepappersmarknaden och/eller svensk lag om handel med finansiella instrument. Informationen lämnades för offentliggörande den 30 november 2015, kl. 09.00.

Kontakt

Anna Bergvall, Marketing & PR Manager, Tobii Pro, tel: 070-788 01 77, e-post: anna.bergvall@tobii.com

Sara Hyléen, Corporate Communications & Investor Relations, tel: 070-916 16 41, e-post: sara.hyleen@tobii.com

Försäljning i Europa, kontakta +46 8 52 29 50 04 eller sales.an@tobii.com

Om Tobii

Tobii är världsledande inom eyetracking. Vår vision är en värld där all teknik fungerar i total harmoni med naturligt mänskligt beteende. Tobii bedriver verksamhet inom tre affärsområden: Tobii Dynavox gör specialutvecklade datorer som styrs med ögonrörelser eller pekskärm som används av människor med särskilda behov. Tobii Pro utvecklar och säljer eyetracking-lösningar och tjänster för att studera mänskligt beteende som idag används av mer än 2000 företag och 1500 forskningsinstitutioner, däribland alla av världens 50 mest ansedda universitet. Tobii Tech vidareutvecklar Tobii's teknologi för nya volymmarknader såsom datorspel, vanliga datorer och fordon. Tobii har sitt huvudkontor i Stockholm och är noterat på Nasdaq Stockholm (TOBII). Koncernen har cirka 600 anställda. Läs mer på www.tobii.com.

Om Adsets

Adsets är en världsledande leverantör av rich media-annonserlösningar till den digitala mediavärlden. Adsets utvecklar annonserlösningar som maximerar konsumenternas engagemang med innovativa format och som ger annonsörer, byråer och publicister möjlighet att i realtid följa upp och optimera sina kampanjer. Adsets har sitt huvudkontor i Stockholm, Sverige, och bedriver sin verksamhet på alla större europeiska marknader bland annat i Norden, UK, Holland, Tyskland, Österrike och Schweiz.

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

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