Eye Tracking: Η μέθοδος που έδωσε βραβείο στα super markets Χαλκιαδάκης

Συντάχθηκε απο τον/την Optotech
Τρίτη, 22 Ιούλιος 2014 13:47 - Τελευταία Ενημέρωση Πέμπτη, 31 Ιούλιος 2014 13:17



Την προηγούμενη εβδομάδα (15 Ιουλίου 2014), σε μια τελετή όπου συμμετείχαν εκπρόσωποι των σημαντικότερων επιχειρήσεων σούπερ μάρκετ και προϊόντων ευρείας κατανάλωσης, ανακοινώθηκαν οι νικητές των σελφ σέρβις Excellence Awards 2014. Η βράβευση αφορά την καινοτομία και τις επενδύσεις που συμβάλλουν στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας και τη βελτίωση των αποτελεσμάτων των επιχειρήσεων.

Στα πλαίσια της παραπάνω εκδήλωσης βραβεύτηκε και η αλυσίδα σούπερ μάρκετ Χαλκιαδάκης ανάμεσα στα άλλα (3 βραβεία συνολικά) και στον τομέα: Management, Καινοτομία & Νέες Τεχνολογίες για την πρωτοπόρα έρευνα που έκανε με τη χρήση της τεχνολογίας οφθαλμικής ιχνηλάτησης (Eye Tracking) σε συνεργασία με τις εταιρείες Optotech και Εμμετρωπία.

Χάρη στην τεχνολογία οφθαλμικής ιχνηλάτησης (Eye Tracking) είμαστε σε θέση, για πρώτη φορά, να γνωρίζουμε με ακρίβεια τον τρόπο με τον οποίο επεξεργάζεται την οπτική πληροφορία ο άνθρωπος, δηλαδή που ακριβώς κοιτάει και τι τραβάει την προσοχή του.

Με την παραπάνω τεχνολογία, που διαθέτει και αξιοποιούν οι εταιρείες Optotech και Εμμετρωπία, είναι δυνατό να καταγραφεί που και τι βλέπει ο καταναλωτής ενώ ψωνίζει, πως κινείται στο χώρο του σούπερ μάρκετ, τι του αρέσει ή τι δεν του αρέσει αλλά και που «φλυαρούν» οι εταιρείες με αποτέλεσμα την ταλαιπωρία του καταναλωτή από προβολές που βαραίνουν το οπτικό του πεδίο.

Η συγκεκριμένη έρευνα που βραβεύτηκε έλαβε χώρα σε δύο υποκαταστήματα της

αλυσίδας σούπερ μάρκετ Χαλκιαδάκης, του Ομίλου «Βερόπουλος-Χαλκιαδάκης», από τους **Βασίλη Ανδρεαδάκη**

,
Βασίλη Σελίμη
και
Θωμά Καραντινό
, υπό την εποπτεία του επιστημονικού διευθυντή της Εμμετρωπίας,
Ιωάννη Ασλανίδη
.

Έχοντας στη διάθεσή τους όλες αυτές τις πληροφορίες οι υπεύθυνοι της εκάστοτε εταιρείας μπορούν πλέον να προχωρήσουν στις απαραίτητες αλλαγές ώστε να παίρνει ο καταναλωτής πιο γρήγορα και άμεσα την πληροφορία που πρέπει χωρίς να μπερδεύεται κάνοντας παράλληλα το καταναλωτικό του ταξίδι πιο αποτελεσματικό και ευχάριστο.

