

Szállodai online megjelenés user experience központú vizsgálata eye-tracking módszerrel

Dr. Németh Péter

Magyar Szállodák és Éttermek
Szövetsége



the CoRe lab
PÉCSI KÖZGÁZ



tartalom



Röviden Rólunk



Innovatív módszerek



Szemkamera a turizmusban



Projektünk a Crocus Gere Hotellel



Egy példa: UX mérés



röviden rólunk

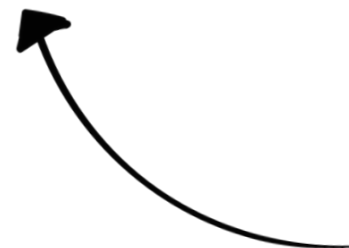


Fogyasztói Magatartáskutató
Központ



the CoRe lab

PÉCSIKÖZGÁZ



Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar
Marketing és Turizmus
Intézet

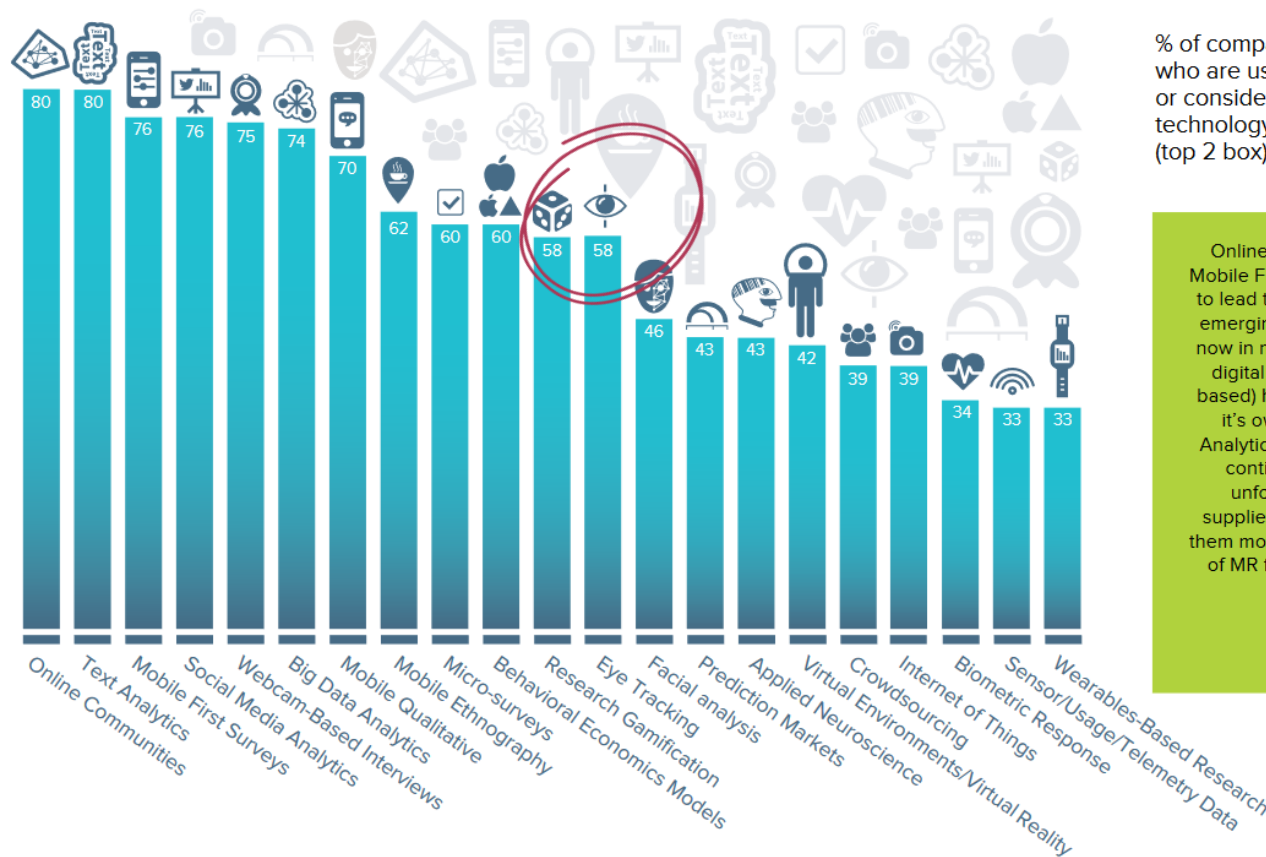
A Központ célja a marketingkutatás eszköztárunk bővítése és **innovatív módszerek** használata a gyakorlatban.

innovatív módszerek

A műszeres megfigyelések népszerűsége növekvő tendenciát mutat az elmúlt évtizedekben (GRIT, 2018):

- a valós magatartás vizsgálható,
- a tudattalan (vagy tudatalatti) befolyásolás is mérhető,
- nagy mennyiségű adatok rögzítését és feldolgozását teszik lehetővé.

EMERGING METHOD ADOPTION

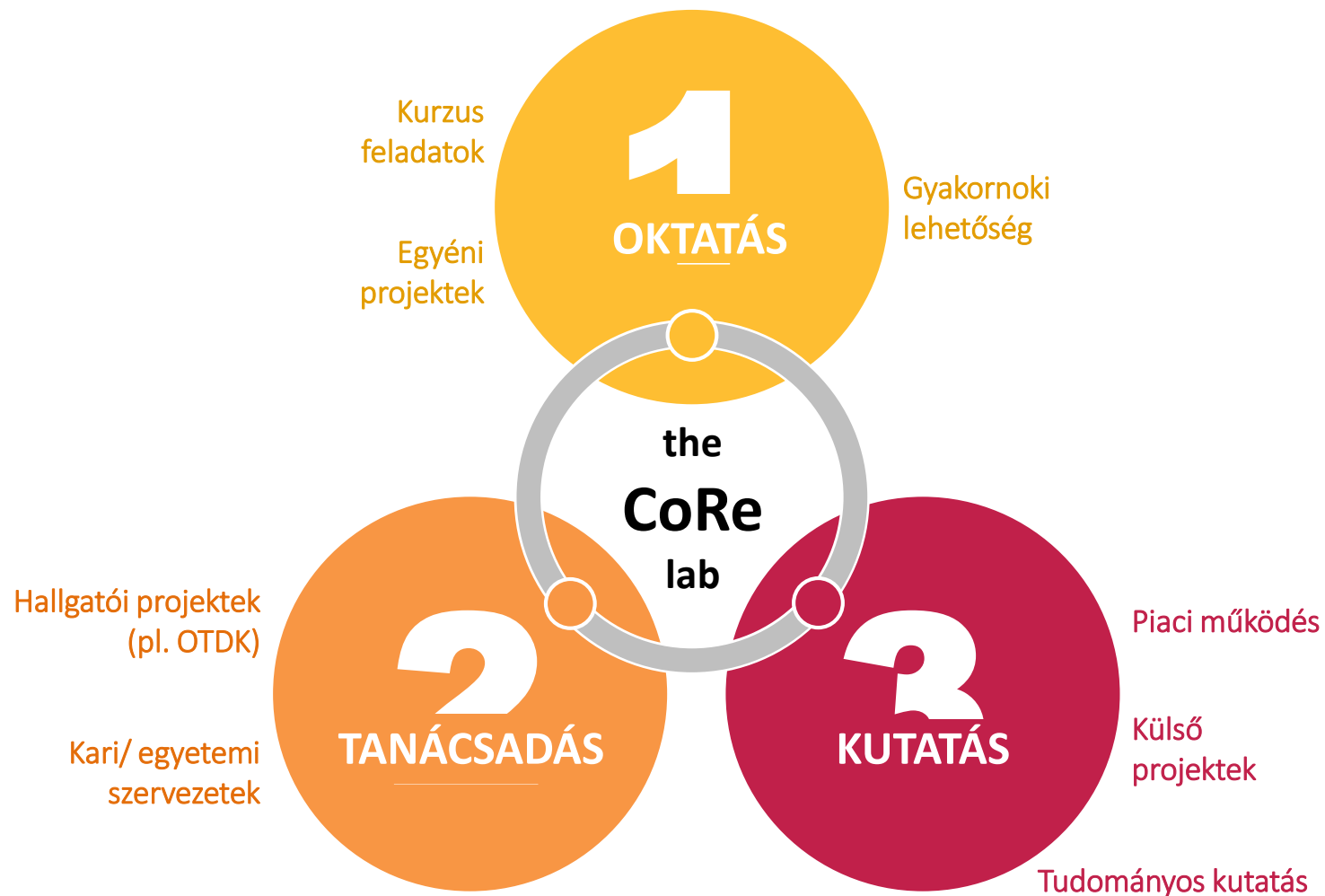


% of companies who are using or considering technology in 2018 (top 2 box)

Online Communities and Mobile First Surveys continue to lead the pack as formerly emerging methods that are now in mainstream use, and digital qual (mobile & PC based) has finally come into its own. Social Media Analytics and Big Data also continue to grow, but unfortunately not by suppliers; clients are using them more and going outside of MR for those solutions.



... és amivel foglalkozunk





eye tracking

MOBIL
szemkamera



STABIL
szemkamera

működése

1

Szemkamera,
mely információkat gyűjt és
dolgoz fel a kamerák,
infravörös fény és képkalkító
algoritmusok révén.

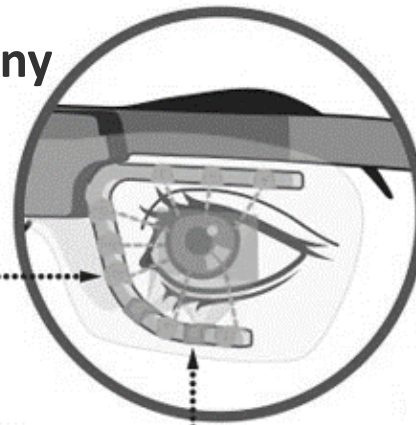
Gaze Point

2

A tárgykamera
rögzíti azt, amit a
részrtvevő lát.

3

Az infravörös fény
mintázatot hoz létre a
szem felületén.

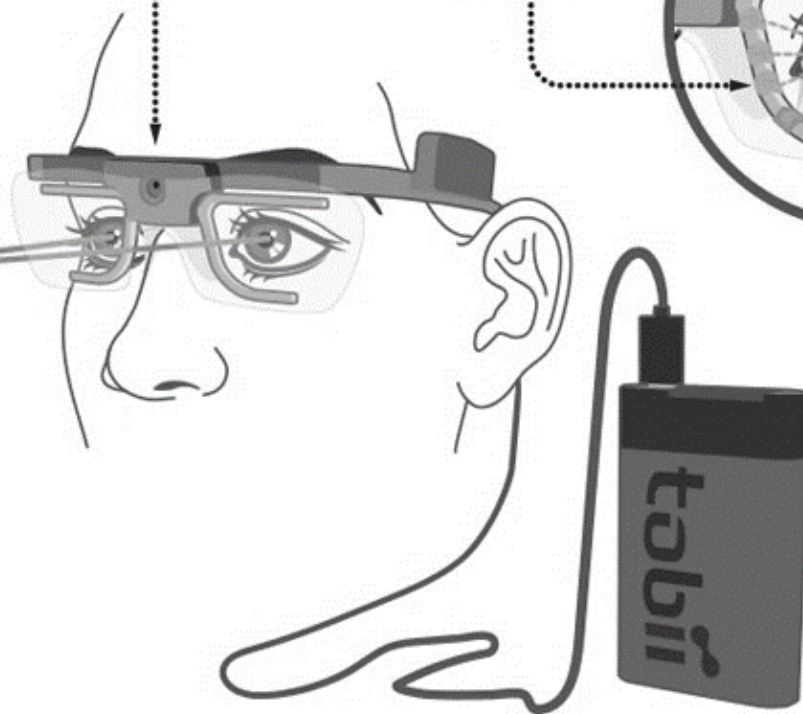


4

A kamerák
magas felbontású képet
rögzítenek a felhasználó
szemmozgásáról.

5

A képkalkító algoritmus
összeilleszti és egy képpé
konvertálja a tárgykamera és az
infravörös fényvel működő kamera
által rögzített adatokat.



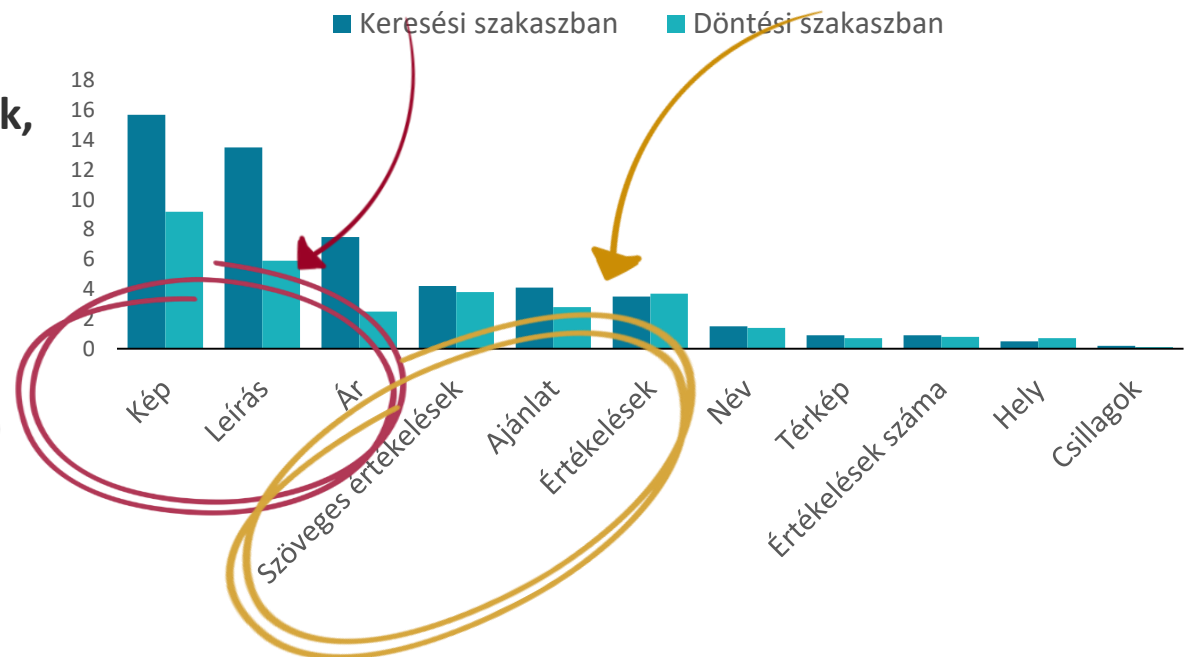
alkalmazhatósága a turizmusban

Új módszer nagy potenciállal.

Lehetséges kutatási irányok:

- Kreatív és reklámtesztek (képek, plakátok, reklámfilmek stb.)
- In-store kutatások
- Usability tesztek (weboldal hatékonyság vizsgálat)

A fixációk átlagos száma az értékelés fázisában információ típusonként (db)
n=32



néhány kutatási példa

Az elmúlt évekből:

- Humor és hírességek alkalmazásának hatása a **repülés előtti biztonsági videó** megtekintésére (2015)
- **Turisztikai reklámfilmek** tesztelése (2016)
- Az **árazás pszichológiájának** vizsgálata neuromarketing eszközökkel (2017)
- **Reklámok hatékonyságmérése** (2018)

És, ami a jövőben vár ránk:





Crocus Gere projekt

**Borhotel
piac**



Szekunder
kutatás

Online közösség

**Meglévő
vendégkör**



Kérdőíves
megkérdezés

**Weboldal
fejlesztés**



Szemkamera

Online közösség



kutatás felépítése

Toborzás

A kutatásban résztvevő
célcsoporttagok szervezése és
szűrése.



Elemzés és tanulmány

A kutatási eredmények
összefoglalása.



Kellékek összeállítása

Szemkamerás feladat,
rendszerösszeállítás,
interjú vezérfonal.



Terepmunka

A szemkamerás
vizsgálatok és az interjúk
lebonyolítása.



Prezentáció

Az eredmények
prezentálása,
értelmezése.



eredmények



the CoRe lab

PÉCSI KÖZGÁZ

résztevők

A kutatásban 8 fő vett részt, akik:

- 21-25 évesek
- a PTE hallgatói
- legalább évente egy alkalommal töltenek az otthonukon kívül legalább egy éjszakát szabadidős céllal és
- online foglalnak szállást.



Feladatok:

- 1) Szállásfoglalás a Google-ből indulva:** Megadott időpontban szabadon választott borvidéken.
- 2) Szállásfoglalás a Crocus Gere Hotel weboldalán:** Szabadon választott feltételekkel.

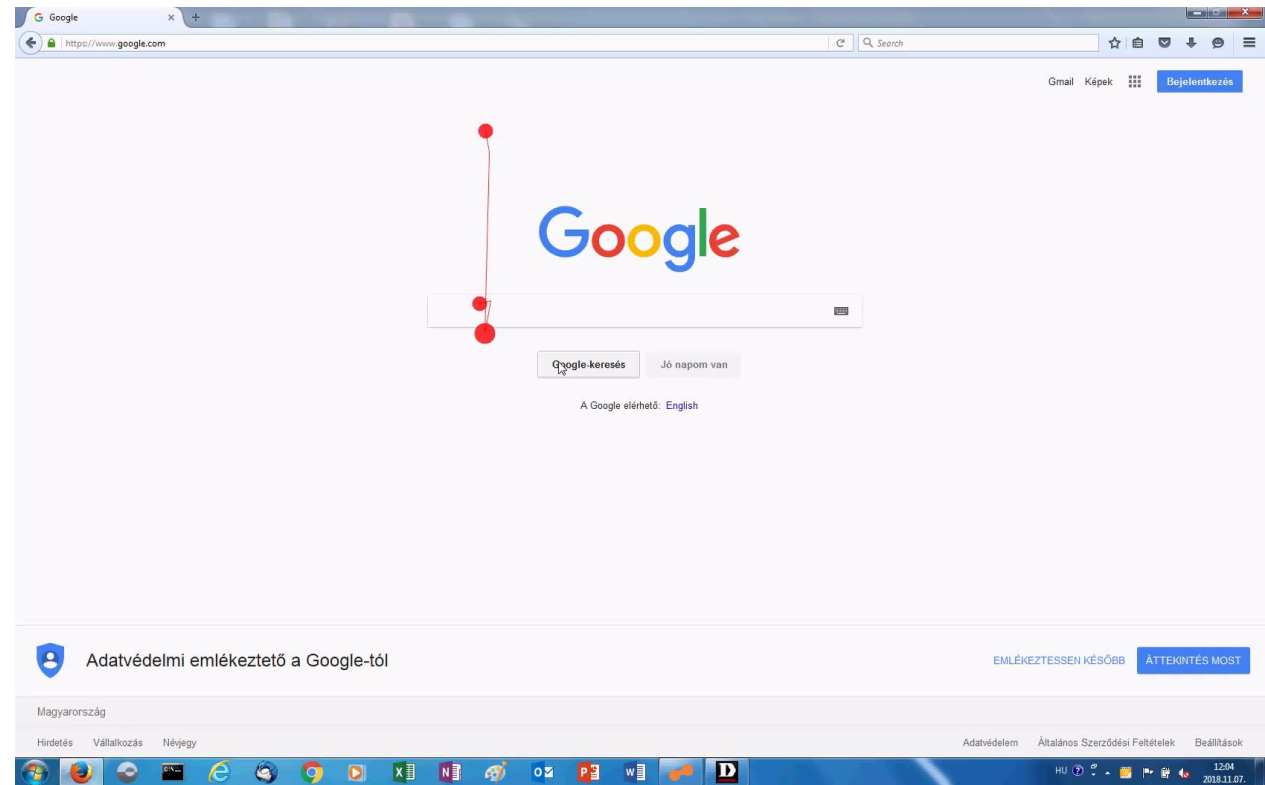
Google keresés

A résztvevők többsége a Google böngészőből indulva foglalja szállítását, de **a legtöbb esetben valamilyen szállásfoglaló oldalon keresztül történik.**

„Az úticél kiválasztása után, általában Trivagón és Booking.com-on feltérképezem az ajánlatokat...”

„Miután sikerült eldöntennem, hova is szeretnék ellátogatni, megkeresem a szálláslehetőségeket Bookingon, szállás.hu-n...”

- A vizsgálat során a résztvevők többsége is rendre **valamilyen szállásfoglaló oldalra érkezett** az első feladatban.
- A keresés során **a beírt kulcsszavakra koncentrálnak** a foglalók: borvidék neve, hotel, bor stb.



Crocus weboldal

Egy weboldalnak mindössze néhány másodperce van, hogy rábírja a látogatót a maradásra.

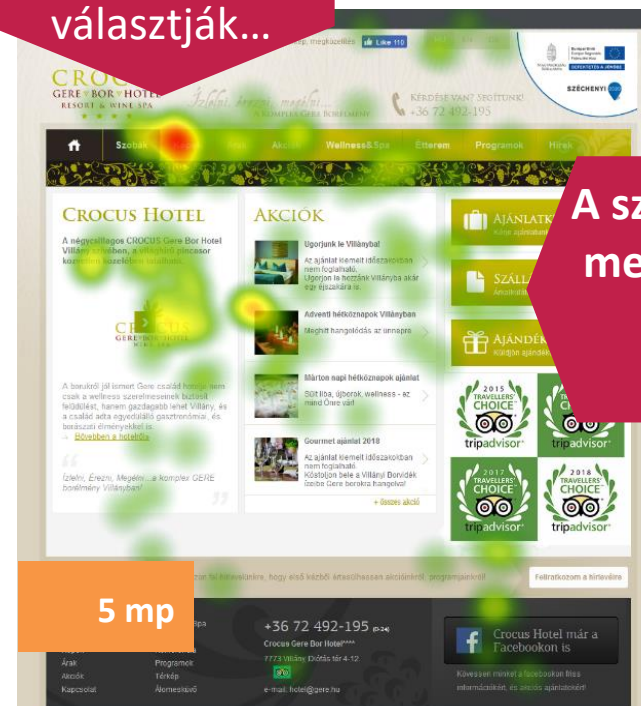
Ha ez nem sikerül, továbbáll és máshol foglal!

Nem egyértelmű a választás, ezért tovább keresnek, szétesik a struktúra.

Végül a SZOBÁK menüpontot választják...

A szállásfoglalás menüpont nem kerül figyelembe!

Automatikusan a menüben keresik a megoldást



1 mp

3 mp

5 mp

weboldal kialakítás

A weboldal tervezésnél elengedhetetlenül fontos, hogy tisztában legyünk a felhasználói útvonalakkal!

Ki milyen céllal érkezik?

- A weboldal kialakításának fókusza a **potenciális látogatói útvonalak** alapján.
- **Irányítani** kell a felhasználókat.

The screenshot displays the website for Crocus Gere Bor Hotel. At the top, there is a navigation bar with links for 'Kapcsolat', 'Térkép, megközelítés', 'Like 110', and language options 'HU', 'EN', 'DE'. The main header features the hotel's logo, a tagline 'Ízlelni, borozni, megélni... A KOMPLEX GERE BORÉLMÉNY', and contact information: 'KÉRDÉSE VAN? SEGITÜNK! +36 72 492-195'. Below the header is a green navigation menu with items: 'Szobák', 'Képek', 'Árak', 'Akciónk', 'Wellness & Spa', 'Étterem', 'Programok', and 'Hírek'. The main content area is dominated by a large banner for 'SOKSZÍNŰ VILLÁNY' with a 'Programajánlóink' button. To the right of the banner are four promotional tiles: 'CROCUS ADVENT' (Meghiitt hangolódás az ünnepre), 'NOVEMBERI MÁRTON NAPI AJÁNLAT' (Liba- és kacsaételek, úborokkal kísérvé), 'UGORJUNK LE VILLÁNYBA!' (Egy éjszakára is érdemes leugrani hozzánk), and 'ÉLMÉNYEKET AJÁNDÉKBA?' (Ajándék ötleteink szeretettel. Lepje meg szeretteit a komplex GERE borélménnyel!). The footer contains sections for 'CROCUS HOTEL' (A négycsillagos CROCUS Gere Bor Hotel Villány szívében, a világhírű pincesor közvetlen közelében található.), 'AKCIÓK' (Ugorjunk le Villányba! Az ajánlat kiemelt időszakokban nem frontható.), and 'AJÁNLATKÉRÉS' (Kérje ajánlatunkat!).

képek fontossága

Egy turisztikai weboldal esetében a **vizuális anyagok (képek, videók)** kiemelkedően fontosak a felhasználók számára. Ezek nagy figyelmet kapnak az oldal látogatása során, így központi helyet kell elfoglalniuk, hiszen segítik

- a tájékozódást és
- a választást.

„Mivel általában pihenés céljából foalalok hotelszobát fontos számomra a hotel elhelyezkedése, kirakások, a szoba részleg milyensége, ezért mindig megtekintem a hotelről és elolvasom az értékeléseket.”

A képek csak az oldalak alsó részén jelennek meg, de a felhasználóknak csak egy része görget le!

The screenshot shows the website for Crocus Resort. The navigation bar includes 'Szobák', 'Képek', 'Árak', 'Akcók', 'Wellness&Spa', 'Étterem', 'Programok', and 'Hírek'. The main content area features a section for 'CROCUS RESORT 2-ÁGYAS SZOBA' with a detailed description and a price table. The price table is as follows:

ELLÁTÁS	FŐ	HETKOZNAPO	HETVEGEN
reggelivel	1 fő	32.000,- Ft/fő/éj	35.500,- Ft/fő/éj
félpanziónal	1 fő	41.000,- Ft/fő/éj	41.500,- Ft/fő/éj
reggelivel	2 fő	63.000,- Ft/fő/éj	62.000,- Ft/fő/éj
félpanziónal	2 fő	83.000,- Ft/fő/éj	85.500,- Ft/fő/éj

Below the price table, there is a 'Szobaár tartalma' section and an 'AKCIÓK' section. A heatmap overlay is visible on the page, with a prominent red and yellow area over the 'KÉPEK' section, indicating high user engagement with the images. A blue circle highlights the 'KÉPEK' section, and a blue arrow points from the text in the previous block to this section.

kalkulátor

A szobafoglalás kalkulátor esetében maga a kalkulátor kerül fókuszba, a használatot leíró szöveg kevésbé.

The screenshot shows the website for Crocus Hotel, featuring a prominent 'SZOBAFOGLALÁS KALKULÁTOR' (Room Booking Calculator) section. The page includes a navigation menu with options like 'Szobák', 'Hétfek', 'Árak', 'Akciók', 'Wellness & Spa', 'Étterem', 'Programok', and 'Hírek'. The calculator section is titled 'SZOBAFOGLALÁS KALKULÁTOR' and provides instructions on how to use it. It lists five steps: 1. Selecting the arrival and departure dates, 2. Choosing the room type, 3. Selecting the number of guests, 4. Choosing the room type and number of rooms, and 5. Selecting the room type. Below the instructions, there are input fields for 'Érkezési dátum' (Arrival date) and 'Távozási dátum' (Departure date), and a 'Tovább >' button. The total price is displayed as 'Végösszeg: 0 Ft + IVA (500 Ft/éj)'. The right side of the page features promotional banners for 'AJANLÁTKÉRÉS', 'SZALLÁSFOGLALÁS', and 'AJÁNDÉKTALVÁNY', along with TripAdvisor '2011 TRAVELLERS CHOICE' and '2014 TRAVELLERS CHOICE' awards. The bottom of the page includes social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube.

köszönöm!

Dr. Németh Péter

nemeth.peter@thecorelab.hu

Lázár Erika

lazar.erika@thecorelab.hu



the CoRe lab

PÉCSIKÖZGÁZ