

HEATMAPS

1. La gent es fixa majoritàriament en la cara de la Scarlett Johansson i després en el nom de la marca perquè és famosa.
2. Tothom es fixa en la marca i després en les lletres vermelles de “open” perquè és Coca-Cola i perquè les lletres criden l’atenció al costat.
3. Es fixen en la cabra i el home amb el coll envenat perquè no s’acostumen a veure en aquest entorn.
4. Es fixen en l’enganxina de la marca, en la persona disfressada i en la cara del noi perquè criden l’atenció.
5. Es fixen en el tros de carn, després, però amb més intensitat en el preu i per últim en l’enganxina perquè primer miren la pinta que té i després el preu.
6. Els homes es fixen sobretot en la cara, una mica en el cos i en les lletres; les dones es fixen en la cara i el cos i en les lletres amb atenció.
7. Els homes es fixen en la cara i la cuixa, les dones en la cara, la cuixa, les sabates i el reflexe.
8. La gent es fixa en les cares de tots els personatges perquè no hi ha res que resalti.
9. Tothom es fixa sobretot en els preus i una mica en les marques, perquè al anara comprar el primer que miren es el preu.
10. Es fixen en els preus dels xampús inferiors i en les marques dels superiors, perquè si van a comprar barat es el primer que miren.
11. Li donen un cop d’ull al cotxe i es fixen sobretot en les lletres del anunci.
12. Els homes es fixen en la zona superior i la cama, i les dones només en la cara.
13. En el perfil d’una dona es fixen en la cara i la descripció, en el dels homes sobretot en la descripció, perquè els homes acostumen a donar-li més importància al físic d’entrada.
14. Es fixen en la cara i en les lletres de la cantonada inferior dreta.
15. Sobretot es fixen en la pantalla principal, però també en les pantalles grans del fons i en la resta de cartells, perquè és l’ordre pel que comences a veure les coses.
16. Es fixen en les altres notícies de la dreta i després en tots els elements que tenen imatges, tothom es fixa abans en les imatges.
17. Es fixen en la cara, l’objecte que porta a la mà i en les lletres.
18. Com que la primera imatge la noia mira cap a un lloc en concret, la gent es fixa en el seu ull i en el que mira, a més de les lletres, la segona imatge no crida tant l’atenció i només es fixen una mica en les lletres.

19. Es fixen en la cara de la noia i la seva beguda ja que crida l'atenció per la canyeta.
20. La gent es fixa en la cara dels dos nois, en especial els ulls, els llavis i el nas, també en l'orella de l'home, el collaret, el rellotge i els anells de la noia.
21. Es fixen en el text que apareix a la pàgina, no es fixen en els anuncis ni les imatges, perquè és el resultat que busquen.
22. Es fixen en els primers resultats que apareixen, que acostumen a ser els anuncis de google.
23. Es fixen sobretot en la foto del perfil i en el primer resultat, també en la informació personal, els anuncis i els amics, ja que és el que els interessa.
24. Es fixen en l'anunci que està al costat del jugador més allunyat i en l'àrea del que llança la pilota.
25. Es fixen en les lletres de l'esquerra i en el nas de l'home.
26. Les dones es fixen la cara i pit de l'home i la cara de la dona, en canvi, els homes es fixen primer en el cos complet de la dona i després en el de l'home.
27. Es fixen en l'edifici gran més allunyat i després en els edificis amb llums i formes estranyes.
28. Es fixen sobretot en la part inferior del segon document i en la superior dels dos.