

视觉走查

眼动数据验证

闪屏海报测试结果（第二版）.pdf
8.7 MB



关注到名字，标题，时间等信息的用户最多

- 除人像外的其他信息视觉上也比较突出，例如名字区域，能够较好地吸引到用户的关注。
- 对知名度不高的艺人可以采用这种海报设计方式，突出名字和相关信息。



用户视线聚焦在明星人脸上

- 左侧名字区域不受关注；
- 下方时间等信息颜色太浅，用户看不清；
- 对于知名度较高的明星可以采用这种海报设计方式；突出明星人脸。



用户对不同信息区域的关注度较为均衡

- 此款海报属于“没有风险”的设计。
- 各信息区域没有特别突出的吸引点，但各区域的触达率和浏览时长都还不错。
- 改进建议：名字可以放大一些，时间信息应该放在左侧，即名字的下面，符合用户上下浏览的习惯。



用户接收到的信息有限，视线集中在标题和标题正下方的人像区域

- 用户在5s内只能观察到2-4个兴趣区，因此闪屏的多人海报中呈现的人物最好不要超过4个。
- 海报内容过多并不会让用户看到更多内容，只会让大脑处理信息的难度加大。

BRAND DESIGN

Project Two

综艺直播

榴情岁月栏目包装

Kugou Live

@jelly