

Belgische start-up EyeSee wint mobiele-innovatiewedstrijd in de New York

18 mei 2015

New York, VS – Belgische bedrijf EyeSee slaagde er vorige week donderdag in de eerste prijs binnen te halen op de Global Innovator Mobile wedstrijd in New York City. De Belgische start-up, die begin 2012 werd opgericht in Gent door zakenpartners Olivier Tilleuil en Joris De Bruyne, hoopt zo zijn vat op de Amerikaanse markt te vergroten en extra kapitaal op te halen. Het bedrijf specialiseert zich in het testen van reclamecampagnes door oogbewegingen en gezichtsuitdrukkingen van de testpersoon te volgen via de eigen webcam. Hun oplossing is 3 keer goedkoper en sneller dan bestaande systemen die gebruik maken van specifieke hardware en centrale locatie testen. Na het desktopproduct werkt EyeSee momenteel volop aan een mobiele versie van hun software.

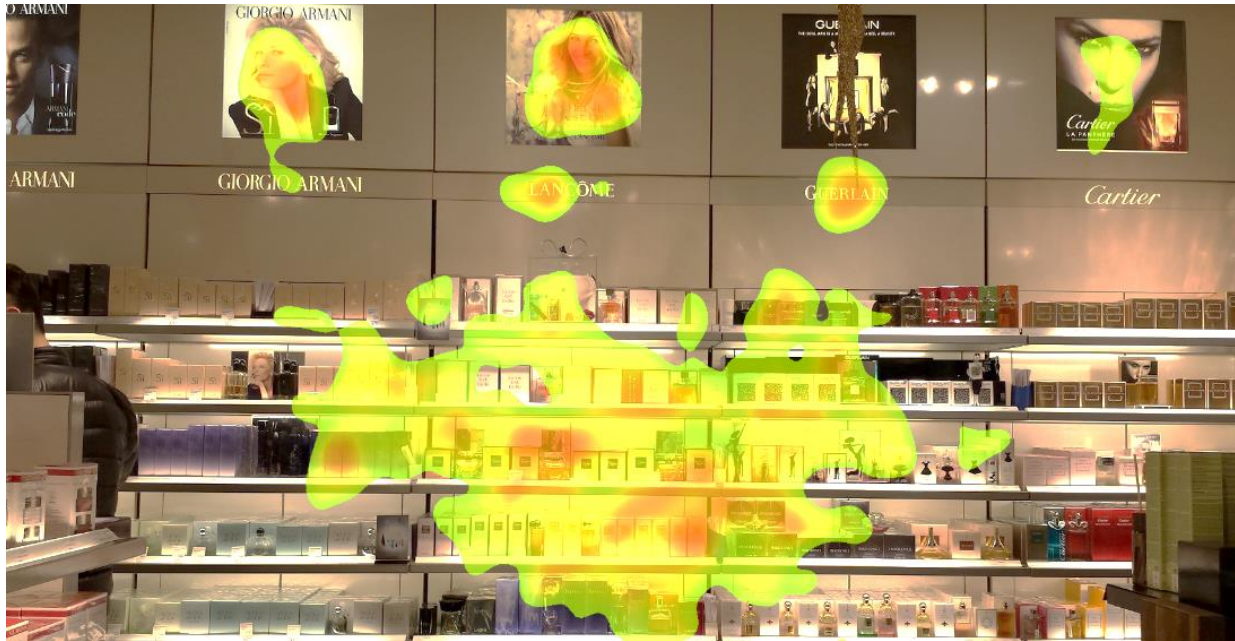
De wedstrijd, die plaatsvond in de Rockefeller Center in centrum Manhattan, werd bijgewoond door een aantal grote investeerders, die samen een aandelenportefeuille van zo'n 2 miljard bezitten. De overwinning is een mooie kans voor EyeSee om nieuw kapitaal aan te boren en bovendien een bevestiging van het succesvolle parcours dat EyeSee de voorbije twee jaar heeft afgelegd. Na de lancering in België opende het bedrijf één jaar later een filiaal in New York, om de vraag vanuit de Amerikaanse markt op te vangen. Ondertussen werken ze voor enkele van de grootste warenhuizen, FMCG en healthcare bedrijven zoals Lidl, Nestle, GsK,...

Met zijn nieuwe mobiele tak speelt EyeSee perfect in op de groeiende mobiele markt. Zowel retailers als andere bedrijven richten hun promotiecampagnes steeds meer op deze markt. Het ontwikkelen van mobiele applicaties en het lanceren van speciale mobiele websites blijft een exponentiele groei kennen. Recent toonde onderzoek nog aan dat meer dan de helft van internetaankopen via smartphones gebeurt¹. Deze nieuwe markt is de perfecte speelvijver voor een groeiend bedrijf als EyeSee, die zo meebouwen aan het succes van Belgische start-ups in de VS.

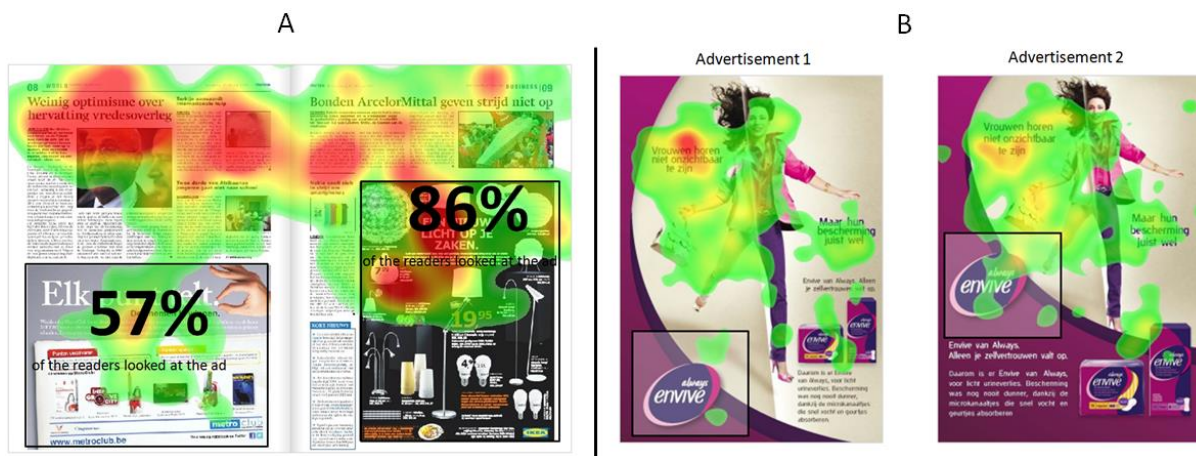
Meer info, toelichting of interview?

- In bijlage vindt u een aantal foto's / voorbeelden van eye tracking resultaten.
- Neem contact op met Joris De Bruyne of Olivier Tilleuil op +32 (0) 494 24 12 03 of via olivier.tilleuil@eyesee-research.com.

¹ <https://www.shopify.com/blog/15206517-mobile-now-accounts-for-50-3-of-all-ecommerce-traffic>



Een voorbeeld van een EyeSee studie. De rode zones geven aan waar de meeste testers kijken. Uit onderzoek blijkt dat meer dan 30% van testers onbewust wordt beïnvloed door de reclame. Meer info: <http://eyesees-research.com/news/wrong-valentines-day-gift-find-mens-shopping-behavior/>



Voorbeelden van een EyeSee studie.

Figuur A: Slechts 57% van de lezers zag de advertentie links, terwijl 86%, ofwel 120 000 mensen meer, oog had voor de advertentie op de rechterpagina.

Figuur B: In de tweede advertentie wordt de merknaam van het product 20% vaker gezien.