

SENSORY BOT™

全球唯一一款
懂得“感官语言”
的聊天机器人
洞察 产品体验
的真实声音



解码产品体验的语言

在信息爆炸的当下，真正的挑战不在于数据的匮乏，而在于洞察的碎片化。传统研究方法依然重要，但它们往往难以揭示产品体验中那些隐藏而微妙的联系，而这些联系往往是多维度的、层层叠加的、充满细腻感知的。

Sensory Bot™ 将前沿的对话式人工智能与 MMR 超过 35 年的感官研究经验相结合，帮助品牌“解码感官语言”。它揭示了完整的产品体验图谱，涵盖味觉、触觉、嗅觉、听觉、情感与感知，帮助品牌理解什么才是真正打动消费者的关键，以及为什么。

它可将复杂的消费者反馈转化为清晰、可行动的洞察，揭示潜在变化所带来的连锁影响，并为品牌的用户体验与产品策略开辟前瞻性的决策路径。

Sensory Bot 通过连接真实的人性洞察与品牌故事，重新定义品牌与消费者的亲近感，帮助团队释放产品体验的全感官潜能。



为什么选择 Sensory Bot™



感官智能 AI

受训于理解与解读“产品体验语言”的 AI，能够洞察深层的感官层面。



实时体验反馈

在真实使用场景中即时捕捉反馈，洞察消费者真正感受到的体验瞬间。



对话式智能

能根据每位消费者的回答动态调整互动，从个体的真实表达中提炼出品牌共识与统一愿景。



可扩展的质化洞察

在保持感官深度的同时，兼具真实性与规模化能力，为自信的品牌决策提供有力支撑。



全感官映射

揭示多重感官、记忆与情绪之间的关联，帮助品牌理解消费者在体验中被触动的情感与回忆。



我们的客户怎么说

“

我们发现了产品体验中一些全新的要素，
这些是我们从未了解过、未曾考虑过，
而且在调查中也从未被衡量过的。

”

“

我们特别喜欢与主要竞争对手的对比结果……
差异在于，核心价值主张的要素
在整个产品体验中是如何被整合体现出来的。

”

“

消费者所使用的语言让我们了解到，
他们深层的文化价值观和期望，
以及产品在他们世界中的独特角色。

”

何时启用 Sensory Bot™

在产品配方调整阶段

- ✦ 避免因为信息零散而导致的研发盲点，让每一步优化更有依据。
- ✦ 预判配方变化可能带来的整体体验差异，提前发现潜在风险。
- ✦ 拆解每个触点上的感官信号，理解它们如何共同塑造功能、感知、情感与整体体验
- ✦ 找出影响产品体验的痛点与机会点，并明确可以改进的方向。
- ✦ 了解消费者在真实生活中如何体验产品，从而在“真实使用场景”中优化，让产品真正贴合他们的感受。

在塑造产品优势阶段

- ✦ 深入剖析产品体验的核心构成，明确是什么让它与众不同、让消费者爱上它，从而强化独特且有归属感的产品身份。
- ✦ 打造连贯、统一的产品体验，让每一个接触点都能留下难忘印象。
- ✦ 帮助品牌“用消费者的语言说话”，开发更一致的产品、包装和传播策略。
- ✦ 通过开放式探索与对话，发掘新的灵感与感官洞察，发现产品体验的更多可能。

在市场本地化阶段

- ✦ 深入理解本地语言背后的文化语境，让品牌的声​​音更能打动本地消费者，同时保持全球品牌的一致价值观。

用 Sensory Bot™ 能收获什么

一个过去难以看见的整体产品视角。基于真实个体的反馈，
汇聚成可共享的品牌认知，帮你看清真正重要的东西。

- ✦ 构建由感官、情绪、功能与感知组成的**产品体验全景图谱**，勾勒产品的独特指纹，用于定位与沟通。
- ✦ 找到让消费者喜欢、产生差异化的**感官与情绪线索**，帮助产品更有策略地脱颖而出。
- ✦ **锁定产品的感官 DNA**，在配方或体验优化时保留用户最爱的核心特质。
- ✦ **标记消费旅程中的风险与阻碍**，并提供可执行的改进路径。
- ✦ **预判产品决策的连锁影响**，为配方与体验调整提供前瞻参考。
- ✦ 在团队之间建立**统一语言与共识**，减少信息割裂，提高协作效率。
- ✦ 以可规模化的方式交付**细粒度感官洞察**，让洞察更易获取、更有影响力、更能落地。

因此，Sensory Bot™ 能帮助品牌打造更有创意、更具参与感、也更能打动人的产品体验。它不仅提供洞察，更提供前瞻的方法，是产品体验研究的新范式。





联系我们，探索更多



sensorybot@mmr-research.com