



案例研究: 以感官精准分析实现工艺优化

项目背景

某行业领袖的可可供应商需要证明其产品组合相较于竞争对手的卓越价值。客户希望通过感官洞察来验证性能差异，并提供有力证据，从而支持其高端定位，增强采购方信心。

研究方法 with 发现

MMR荷兰感官科学团队对客户的可可粉与竞品进行了系统性感官测评。感官小组通过统计分析，在气味、风味、基本味、口感和余味等多个维度上，均识别出具有统计学显著性的差异。

商业成效

感官数据清晰表明，客户产品在B2B客户关注的关键特性上均优于竞品。这一结论极大地增强了客户内部研发团队的信心，也为其外部客户沟通提供了有力支持，进一步巩固了其作为可可原料领域技术领导者的声誉，并为实施溢价策略与签订长期供应合同提供了关键依据。