



案例研究：解码感官触点， 升级洗衣产品柔软体验

项目背景

一家洗衣产品品牌面临核心挑战：需精准解码“柔软”感知的底层逻辑，识别洗衣产品中能够传递“柔软”信号的关键感官线索。在同质化竞争激烈的市场中，品牌希望通过明确这些隐性感官触点，为产品优化提供方向，进而提升消费者使用体验与产品差异化竞争力。

研究方法

MMR专业感官评价小组与感官定性研究团队，双轨并行开展研究：一方面通过感官定性专家深度挖掘消费者对“柔软”的主观定义与核心诉求，筛选出能触发“柔软”感知的标杆产品；另一方面，感官评价小组对洗衣产品全使用流程进行系统化拆解评估，涵盖包装互动（瓶身造型、开合声音、倾倒体验）、香气变化（香型种类、留香节奏）及洗净后衣物触感等关键环节。

商业成效

基于研究发现的精准感官线索，为洗衣产品提供精准优化方向，通过多感官触点协同升级，显著提升消费者使用体验。

