



DMRI har stor erfaring med såvel bedømmelser foretaget med trænedede dommere som med gennemførelse af forbrugerundersøgelser.

Det sensoriske laboratorium har i mange år gennemført sensoriske bedømmelser under akkrediterede forhold efter standardiserede metoder. Derudover arbejdes der med at udvikle "hurtigmetoder" (ikke akkrediterede), der er nemme og hurtige at anvende ude i virksomhederne.

Forbrugerundersøgelser er gennemført i Danmark, Norge og Sverige. I brancheregii er der inden for de seneste år for eksempel gennemført undersøgelser med "Danskernes præference for svinekød", "Ungtyrekød til hjemmemarkedet" samt "Detailpakket oksekød i de nordiske lande".

Fælles for projekterne er, at der er indhentet megen viden om forbrugeres præferencer og holdninger til forskellige typer kød samt forbrugervaner.

#### Kontakt

Camilla Bejerholm  
Email: CB@teknologisk.dk  
Tef: +45 7220 2559

#### Danish Meat Research Institute

Maglegårdsvej 2  
4000 Roskilde  
Tlf: +45 7220 2000  
dmri@teknologisk.dk  
www.teknologisk.dk

# Gør dine varer et godt indtryk på kunderne?



*Kunderne får en god kvalitet, når varen svarer til deres forventninger. Endnu bedre, hvis oplevelsen overgår forventningerne. En sensorisk analyse er et tilbud til virksomheder, der ønsker at højne kundernes oplevelse af vares kvalitet.*



# Gør dine varer godt indtryk på kunderne ?

Kunderne får en god kvalitet, når varen svarer til deres forventninger. Endnu bedre, hvis oplevelsen overgår forventningerne. En sensorisk analyse er et tilbud til virksomheder, der ønsker at højne kundernes oplevelse af vares kvalitet.

På DMRI tilbyder vi at analysere produkter, så virksomhederne får en objektiv vurdering af den sensoriske kvalitet. En sensorisk analyse kan give en pejling af, hvilke egenskaber der præger produktet - og derved om det er den tilsigtede oplevelse kunderne får.

I det sensoriske laboratorium arbejder vi under kontrollede forhold. Et trænet dommerpanel på 8-9 personer anvender deres sanser som analyseinstrument. Vi tester blandt andet følgende produkttyper:

- Kød- og kødprodukter
- Færdigretter og fastfood
- Andre fødevarer
- Drikkevand og -varer
- Non-food



Har virksomheden et nyt produkt, der skal ramme den rette kvalitet inden salg, eller er det kundetilfredsheden, den er gal med, så har vi metoderne til at teste med. Vi analyserer med velafprøvede metoder som:

## • Forskelstest, som udelukkende viser om der er forskel mellem to produkter

Analysen er en sensorisk bedømmelse foretaget af et trænet panel. Testmetoderne triangeltest, duo-trio test, parvis sammenligning og rangorden egner sig til produkttilpasning eller ændring i produktionsmetoder, som hurtigt kan kontrollere, om en ændring i en given opskrift har haft effekt på den sensoriske kvalitet.

## • Profilanalyse, som giver en beskrivelse af et produkt i ord og tal

Den sensoriske bedømmelse foretaget af et trænet panel, beskriver i detaljer et produkts egenskaber (udseende, lugt, smag og tekstur) med særlig vægt på de egenskaber, der er karakteristiske for produktet samt intensiteten af dem. Metoden kan således identificere forskellen mellem to eller flere produkter. Det er relevant

i produktudvikling, test af pakkemetoder, opbevaring, tilberedningsmetoder, procesforhold, produktionsmetode eller i udarbejdelsen af produktblade.

## • Forbrugerundersøgelse, med minimum 50 forbrugere pr. målgruppe som in-home test, hall-test eller laboratorietest

Undersøgelsens testpersoner er forbrugere, der er udvalgt inden for relevante kundesegmenter, afhængig af produktet. Testen foregår enten hjemme hos forbrugerne (in-home) eller eksempelvis i et supermarked (hall-test). I laboratoriet foregår testen under strikse kontrollerede forhold. Testen vil kunne identificere forbrugernes produkt-præferencer og accept heraf, men den giver ikke svar på købsintentioner eller markedsandele.

