

Case – Focus Group in Marketing Research

- **安安零食**公司目前正開發出一種適合年輕人的零食，希望能得到年輕人的偏愛，進而提升他們在零食市場上的市占率。
- 本次實驗共隨機邀請**40**位雲科大學生(性別與年紀呈現隨機分佈)，在相同的下課時間與地點內，試吃安安零食公司的新零食，並同時試吃其他兩家市場競爭者的零食。
- 試吃之後，針對三家零食，請每位受測者填答個人資料和滿意度問卷。
- 若安安零食公司這次的新產品為**零食A**，身為商業分析師的你，如何在這次實驗中，告訴安安零食公司的產品是否成功，能與競爭者對抗。