



افزایش فروش وسائل فناورانه آشپزخانه / گجت‌های آشپزی با صفحه نمایش دیجیتال

درحالی که سازندگان گجت‌های آشپزخانه هر روز فناوریهای جدیدی را به این عرضه می افزایند، فروش وسائل آشپزخانه دارای فناوری افزایش یافته و پیش بینی می شود ...

درحالی که سازندگان گجت‌های آشپزخانه هر روز فناوریهای جدیدی را به این عرضه می افزایند، فروش وسائل آشپزخانه دارای فناوری افزایش یافته و پیش بینی می شود که این فروش ادامه داشته باشد. به گزارش خبرگزاری مهر، از آن زمان که وسائل کوچک آشپزخانه به دستگاه هایی چون تستر محدود می شد هنوز زمان زیادی نگذشته است، اکنون پس از یک دهه سازندگان گجت‌های آشپزخانه ویژگیهای فناورانه به محصولات خود می افزایند و این ویژگیها به شدت مورد علاقه طرفداران فناوری قرار می گیرد.

در سال 2012، فروش وسائل کوچک آشپزخانه 10 درصد افزایش یافته و به 5.51 میلیارد رسیده است به طوری که این میزان حتی از افزایش 9.4 درصدی سال قبل هم بیشتر مورد توجه قرار گرفت.

انگیزه اصلی این توجه به گجت‌های فناورانه آشپزخانه تهیه غذاهای سالم تر و خرید دستگاه هایی است که غذا را طبیعی تر آماده می کند اما از سوی دیگر دستگاه ها و ابزارهای آشپزخانه که مربوط به کودک و غذای کودک می شوند نیز توجه بسیاری را به خود معطوف داشته است.

از سوی دیگر این دستگاه ها موجب شده که مردان نیز در بخش وسائل آشپزخانه که پیشتر مورد توجه زنان بود، مشاهده شوند، چرا که براساس اظهارات استفن کاردینو از مدیران بخش خانگی در فروشگاه میسی، مردان به هر چیزی که با برق کار کند علاقه نشان می دهند.

سازندگان ابزارهای آشپزخانه اخیراً صفحات دیجیتالی را به محصولات خود افزوده و از موادی با رتبه بالای صنعتی استفاده می کنند تا بتوانند برای افزایش قیمتها توضیحی در دست داشته باشند.

درمیان قیمت‌های بالای این گجت‌ها می توان به قیمت 600 دلاری غذاساز و آبمیوه گیری اشاره کرد که موجب افزایش فروش در بخش ابزار آشپزخانه شد.

یکی از استراتژیهای جدید، افزایش فروش و در دست داشتن قدرت قیمت تخصصی کردن محصولات است، همانطور که امروز مشاهده می شود آبمیوه گیری ها به آبمیوه گیری‌های کند تبدیل شده و آب میوه های مشخصی می گیرد، برای مثال درحال حاضر آبمیوه گیری‌هایی در بازارهای جهانی به فروش می رسد که از آنها با عنوان فرآیند دومرحله ای یاد می کنند و گفته می شود که استفاده از آنها موجب حفظ ویتامینها و مواد مغذی در هر لیوان می شود.

طراحی های دیجیتالی و ساده سازی عملکرد، ارائه رنگهای روشن چون صورتی متالیک نیز در افزایش فروش موثر بوده است. ایده های جدید این روزها حول محور چای ساز و ماست ساز می چرخد.

مصرف کنندگان با دریافتن این نکته که قهوه های خامه دار کافی شاپها کالری بسیاری دارد به چای روی آورده اند و از سوی دیگر تلاش می کنند ماست مورد علاقه خود را با طعمهای دلخواه تهیه کنند.