

Kieszonkowy rozmiar przekąski buduje kulturę pożywnego podjadania

data aktualizacji: 2019.08.02



Przekąska, do tej pory kojarzona z żywieniowymi grzeszkami, zaczyna odgrywać zupełnie nową rolę w codziennych zwyczajach konsumenckich. Polacy śmielej przyglądają się i sięgają po ofertę przekąskową producentów, którzy wychodzą naprzeciw trendowi zdrowego odżywiania, ale mają również na uwadze coraz szybsze tempo życia konsumentów, którzy często zmuszeni są do jedzenia poza domem. To właśnie im dedykowana jest kategoria convenience dostosowująca się do specyfiki ich stylu życia i odżywiania.

Silny trend przekąski typu convenience

Konsumenci sięgają po zdrowe opcje żywnościowe, jednocześnie ograniczając ich ilość czy rozmiar. Wynika to z trendu zdrowego odżywiania, troski o swoje ciało i jego formę oraz szybkiego tempa życia. Rozwiązania typu convenience mają wyrobić nawyk zabierania ze sobą przekąski przeciwdziałającej głodowi w nawet najmniej oczekiwanym momencie. Wygoda użytkowania stanowi znaczący atut w wielu sytuacjach konsumpcyjnych, w których zależy nam na natychmiastowym nasyceniu oraz jak najmniejszym wysiłku związanym ze zjedzeniem szybkiej przekąski. Tego typu przekąski sprawdzają się m.in. w szkole między lekcjami, na uczelniach pomiędzy zajęciami, w pracy

przy biurku, w podróży czy w oczekiwaniu w kolejce.

Dużą rolę w kategorii convenience odgrywa czas. Wciąż nam go brakuje, gonimy z domu do pracy i odwrotnie, po drodze załatwiając dziesiątki spraw. Dietetycy alarmują jednak, by w tej codziennej pogoni nie zapominać o kwestiach żywieniowych, od których znacznie zależy jakość życia oraz zdrowie. Jako Bakalland edukujemy konsumentów w kwestii przekąsek – duży nacisk kładziemy na to, aby bakalie oraz batony zbożowe stały się naturalnym wyborem w chwili nagłego głodu i przeciwdziałały niezdrowym wyborom konsumenckim w postaci przekąsek pozbawionych wartości odżywczych. Już niewielka porcja bakalii potrafi zaspokoić apetyt i dostarczyć wielu witamin oraz minerałów – dlatego tworzymy dedykowane linie produktów o niewielkiej gramaturze, ułatwiającej zabranie przekąski do torby czy plecaka, w tym linię bakalii w formie „na raz” – Chwyć&Jedz – mówi **Agnieszka Pragacz**, Brand Manager Bakalland.

Moc w garści

Problem, z jaki spotyka się współczesny przekąskowicz to m.in. nieporęczność przekąski wynikająca z jej dużego rozmiaru, idące za nim ryzyko rozsypania, pokruszenia czy zabrudzenia. Świadomość tych problemów stworzyła wśród marek trend tworzenia przekąsek „na raz”. Marka Bakalland jesienią ubiegłego roku wprowadziła linię bakalii przekąskowych Chwyć&Jedz, której formuła opiera się na rozmiarze i gramaturze odpowiadającym jednej porcji przekąski w postaci orzechów, nasion, suszonych owoców oraz mieszanek bakaliowych. Podobny model przekąski marka przejawia w linii BA!rdzo Bakaliowych Tabliczek, tworzących nową kategorię przekąskową wśród produktów przyjemnościowych – ponad 70% bakalii w 25% czekolady. Niewielki, kieszonkowy rozmiar przekąski ułatwia konsumpcję i tworzy nowe okazje do tego, aby po nią sięgnąć, a przede wszystkim stwarza nowe możliwości do zabrania ze sobą przekąski, nawet w przypadku najmniejszego bagażu podręcznego.

Produkty z kategorii convenience zakładają sięganie po nie z uwagi na łatwą dostępność i prostotę spożycia. Małe opakowania, wygodne otwarcie oraz smak, który zaspokaja potrzebę konsumencką nastawioną na zjedzenie czegoś smacznego i sycącego. Konsumenci często sięgają po tego typu produkty impulsowo, przy okazji innych zakupów w ulubionym sklepie w drodze do pracy lub wracając do domu. Pośpiech, który często determinuje zakup niewielkiej przekąski, to ważny aspekt w przypadku umiejscowienia produktu w sklepie. Detaliści powinni postawić się na miejscu konsumenta, który wchodzi do sklepu, aby wykonać jak najszybsze zakupy.

Najprawdopodobniejszym miejscem, w którym klient przystanie na dłużej, jest kolejka do kasy i to właśnie przestrzeń przykasowa stwarza sytuację do tego, aby konsument szybko i bez zbędnych poszukiwań sięgnął intuicyjnie po to, czego domaga się od niego organizm w chwili nagłego głodu i pośpiechu – niewielkiej, pożywnej przekąski.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/kieszonkowy-rozmiar-przekaski-buduje-kulture-pozyw,55968>