



Y Kuşağında Yemek Pişirme Trendleri: Dijital Mutfığa Hoş Geldiniz

Yazan
Jenny Cooper

Yayın tarihi
Haziran 2015

Y kuşağı, "yapmak istiyorum" tavırlarını ve mobil cihazlarını mutfığa taşıyor. Ne pişireceklerine, nasıl hazırlayacaklarına ve ocakta mı yoksa fırında mı pişireceklerine karar verirken, kısacası yemek pişirme yolculuğunun her aşamasında mobil cihazlardan yararlanıyorlar. Akıllı markalar da her mikro anda onlara yardımcı olmak için hazır bekliyor.

think with Google™



kuşığı bireyleri mutfakta bir sürü soru soruyor. Ancak belki de bu soruların hiçbirisi şunun kadar sık sorulmuyor: "Üzerine bir şey dökülmesin diye telefonumu nereye koysam?"

McGarryBowen ve Kraft Foods'la birlikte gerçekleştirilen araştırmadan elde ettiğimiz bilgilere göre, 35 yaşın üzerindeki kullanıcılar genellikle tarifleri yazdırırken¹ 25-34 yaş arasındakilerin %59'u akıllı telefonları ve tabletleri ellerinin altındayken yemek pişiriyor.²

Akıllı telefonlar, [Yapmak istiyorum](#) tavrını mutfağa taşıyan Y kuşığı için en yardımcı aşçı yamağı haline geliyor. Araştırmamızdan elde ettiğimiz verilere göre, çevrimiçi olan 25-34 yaş arası kullanıcılar (Y kuşığını burada bu şekilde tanımlıyoruz) yemek pişirme sürecini, tamamlanmış bir yemeği olduğu kadar tercih ediyor: Erişebildikleri tüm bilgileri incelemek, yeni tarifler denemek ve yeni beceriler kazanmak istiyorlar.³

McGarryBowen'da planlama müdürü olan Anna Conroy, "İkincil araştırmalara göre Y kuşığı daha fazla yemek pişiriyor" diyor. "Yemek pişirmek, günlük bir ev işi olmaktan çıkıp deneyim kazanma yeteneği haline geldi."

Y kuşığı bireyleri ihtiyaç duydukları tüm bilgi ve yardımı almak için [mikro anlarda](#) mobil cihazlarına danışıyor. Çeşitliliği fazla olan bu tüketici yolculuğunu, yemeğe hazırlığın başladığı ilk andan gerçekten yemek pişirme anına kadar üç ana aşamaya ayırdık. Yemek zamanına kadar uzanan önemli anlarda Y kuşağına ulaşmak isteyen markalar için bazı temel çıkarımlar sunacağız.

25-34 yaş arası kullanıcıların %59'u mutfağa akıllı telefonları veya tabletleriyle giriyor.

Başlangıç aşaması

Yemek pişirme yolculuğu bir kıvılcımla başlıyor: *ne* pişirileceğine dair merak. Bu "ne pişirsem" anları Y kuşağı için kafa karıştırıcı olabilir. Y kuşağı bireylerinin %31'i ne pişireceğini seçmenin yemek pişirme sürecinin en az eğlenceli kısmı olduğunu dile getiriyor.³

Yardım almak için arama yapmaya başlıyorlar. En sık kullanılan 100 yiyecek arama terimi doğası gereği oldukça geniş kapsamlı (örneğin, "yemek fikirleri", "sağlıklı tarifler" ve "yeni başlayan aşçı tarifleri").⁴ YouTube'da "en iyi tarifler" için yapılan aramaların ilgi alanı bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla %48 artış gösterdi.⁵



En sık yapılan "*En İyi Yemek Tarifi*" Aramaları



1. en iyi çikolata parçacıklı kurabiye tarifi

2. en iyi muzlu ekmek tarifi

3. en iyi rulo köfte tarifi

4. en iyi krep tarifi

5. en iyi lazanya tarifi

6. en iyi fırında peynirli makarna tarifi

7. en iyi hamburger tarifi

8. en iyi acılı yemek tarifi

9. en iyi margarita pizza tarifi

10. en iyi fırında domuz pirzolası tarifi

Kaynak: Google Verileri, Nisan 2015, Amerika Birleşik Devletleri

Y kuşağı bireylerinin yaklaşık üçte birinin ne pişireceklerini seçmekten keyif almadığını belirtmesine rağmen bu durum kesinlikle yaratıcı olmalarına engel teşkil etmiyor. Araştırmamıza göre, çevrimiçi Y kuşağının dörtte biri için yemek pişirmenin en önemli kısmı, bir tarifi benzersiz hale getirmek için kişisel dokunuşlar yapmak.⁶ Yemek pişirmeyi çok daha eğlenceli hale getiren yemek hazırlama ipuçlarını ve mutfakta kullanılabilecek püf noktalarını örnek verebiliriz. Anketimize katılan Y

kuşığı bireylerinin %41'i bunlarla ilgileniyor.⁶ Popüler örnekler, kahve hazırlama ipuçlarından Oreo bisküvileri farklı şekillerde kullanma ipuçlarına kadar değişiklik gösteriyor.⁷ YouTube içerik oluşturucusu [CrazyRussianHacker](#), yiyecek hazırlama ipucu tarzının ustası. Hayranlarına, mikrodalga fırında yumurta pişirmekten karpuzu harika şekillerde kesmeye kadar her şeyi öğrettiği "[Food Life Hacks](#)" oynatma listesi 545.000'den fazla görüntüleme (bu yazının hazırlandığı sırada) elde etti.).

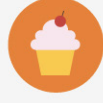


[*Oreo Snack Hacks: Sprinkles](#) için tıklayın

Ortaya çıkan ürün mükemmel olmazsa ne olur ki? Y kuşığı bireylerinin %92'si hatalar olsa dahi hoşnut kaldıklarını söylüyor.⁸

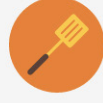
Markalar için: Y kuşağının duyduğu merak ve geniş kapsamlı tarif aramalarına, spesifik pişirme fikirlerinden yararlanarak ulaşın. Belki "sağlıklı yemek tarifleri" için yapılan bir aramaya yanıt olarak ipuçlarıyla değiştirilebilen bir somon tarifi kullanabilirsiniz. Akşam yemeği için ne hazırlanacağına karar verme stresini keyifli bir keşfe dönüştürün.

Herkes bu yaz tüm o açık hava partilerine, grup yemeklerine ve Dört Temmuz ziyafetlerine ne pişirip getirecek? İşte Google'dan en trend olan yiyecekler ve içecekler:



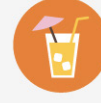
Öne Çıkan 4 Temmuz Yiyecekleri

Pirinç Patlaklı Kekler
Tütsülenmiş Domuz Budu
Top Kek Çeşitleri
Meyveli Pizza
Piknik Salatası



Öne Çıkan Yaz Tarifleri

Kabak
Şekilsiz Kek
Kinoa Salatası
Karnabahar
Tavuk Göğsü Dolması



Öne Çıkan Yaz İçecekleri

Moscow Mule Kokteyli
Gülhatmi Çayı
Buzlu Muzlu İçecek
Bahama Mama Kokteyli
Soğuk Kahve

Kaynak: Google Verileri, Temmuz-Ağustos 2013 ve Temmuz-Ağustos 2014, Amerika Birleşik Devletleri.

Hazırlık aşaması

Akşam yemeğine karar verildiğinde, "bunu gerçekte nasıl yapacağım" anı ortaya çıkar ve Y kuşağı Google Arama'da veya YouTube'da yardım arayışına girer. Y kuşağı YouTube'daki yemek kanallarına toplu halde abone olmuştur ve izleyici kitlesinde görülen artışın %75'i mobil cihazlardan gelmektedir.⁹ YouTube'da yiyecekle alakalı "Nasıl yapılır?" içeriği olağanüstü şekilde popüler durumda (2014'te 419 milyon görüntüleme elde etti).¹⁰ "Bu Nasıl Pişirilir?" (How to Cook That), YouTube'da yapılan en popüler on "Nasıl yapılır?" aramasından biri ("Nasıl çizilir?", "Nasıl öpüşülür?" ve "Kravat nasıl bağlanır?" aramalarından sonra).¹¹ Bu aynı zamanda, Ann Reardon'ın 1,6 milyonu aşkın hayranına (bu yazının hazırlandığı sırada) her hafta alışılmışın dışında tatlılar yapmayı gösterdiği [popüler bir YouTube yiyecek kanalının](#) da adı.

Arama yapan bu kullanıcıların mutfakta ille de birer uzman olmadıklarını belirtmekte fayda var. Dolayısıyla, genellikle pratik öneriler arıyorlar. Şu

ana uygun bir örnek: Geçtiğimiz birkaç yaz boyunca gördüğümüz üzere, yaz yaklaştıkça "Karpuz nasıl kesilir?" aramasında olağanüstü bir artış olmasını bekleyebiliriz.¹² (CrazyRussianHacker'ın yukarıda bahsi geçen yiyecek hazırlama ipuçlarını kaçırmayın!)

Google'da Trend Olan "En İyi Nasıl Yapılır?" Aramaları



1. fırında patates

2. Quesadilla
3. Çılbır
4. tereyağı kreması
5. hamburger köfteleri

6. fırında biftek
7. michelada
8. suyla damıtılan kahve
9. fırında peynirli makarna
10. french press kahve

Kaynak: Google Verileri, Ocak-Mayıs 2014 ve Ocak-Mayıs 2015, Amerika Birleşik Devletleri. Trend aramalar, artış oranı bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüksek olan aramalardır.

Temel unsurların ötesine geçmeleri genellikle benzersiz bir malzeme veya yepyeni bir tat bulma arayışından kaynaklanıyor. Bu maceraperestlik, Y kuşağının marka seçimine de yansıyor: Y kuşağı bireylerinin %40'ı bir tarifte belirli bir markayı tercih etmelerinin nedeninin benzersiz bir tat katması olduğunu söylüyor.¹³

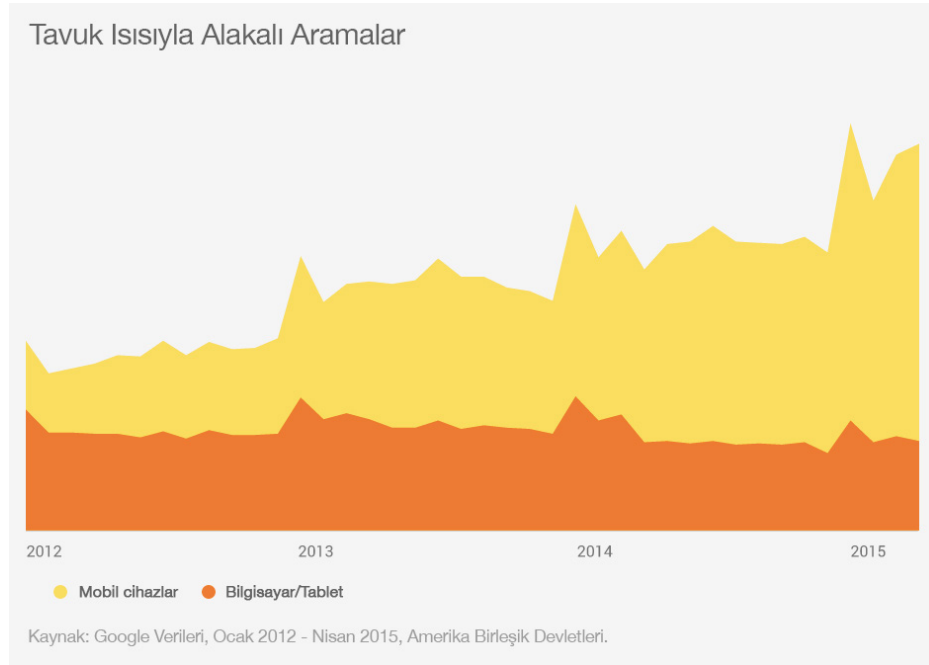
Markalar için: Keşif ve üzerinde düşünme aşamalarında doğru yerde olun. Bu yalnızca sunduğunuz ürünle ilgili değil. Aynı zamanda Y kuşağının söz konusu malzeme veya aletle ne yapabileceğiyle de alakalı. Sunduğunuz ürünle ilgi çekici yemekler yapmak için gereken teknikleri geliştirmelerine yardımcı olun.

Pişirme aşaması

Mutfakta, "bunu doğru yapıyor muyum?" anları ortaya çıkar ve Y kuşağı yardım arayışına girer. Mobil cihazlardan sorulan "Tavuk kaç derecede pişer?" gibi sorular gittikçe artmaktadır (grafiğe bakın). Ayrıca, [Y kuşağı](#)

[annelerinin](#) %68'i yemek pişirirken videoları izlediğini de söylemektedir.⁹ Eller meşgulken sesli arama zaruri hale geliyor: Yetişkinlerin %23'ü [yemek pişirirken bu özellikten yararlanıyor](#).

Fırının ısınmasını beklerken belki de tuzun azaldığını fark ediyorlar. Bu, markalar için potansiyel bir "[Satın almak istiyorum](#)" anıdır. Aslında, tüketicilerin %39'u mutfaktayken bir çeşit alışveriş yaptığını bildirmiştir.¹⁴



Peki yemeğe davetli olanlar nerede? Büyük olasılıkla onlar da mutfaktadır. Y kuşağı yemeği tek başına pişirmiyor. Bireylerin %27'si bu deneyimi genellikle eşleriyle, arkadaşlarıyla veya çocuklarıyla paylaştığını belirtiyor.¹ Bu, Y kuşağı bireylerinin yemek pişirmeyi günlük bir ev işi olarak değil aile ve arkadaşlarıyla kaliteli zaman geçirmek için bir fırsat olarak görmesini sağlıyor. Bu, Kraft'ın gördüğü bir olgu. McGarryBowen'den Conroy, "Kraft'ta, işin yalnızca tüketicilerin daha iyi bir yemek ortaya çıkarmasına yardımcı olmak için ne yapabileceğimizi sormaktan ibaret olmadığına inanıyoruz. Aynı zamanda, geniş kapsamda daha iyi bir deneyim yaşamalarına nasıl yardımcı olabilirizi de soruyoruz." diyor.

Markalar için: Yemek pişirme yolculuğu, malzemeler satın alınıp tencereler ortaya çıkarıldığında sona ermiyor. Yemek tariflerinin ve "Nasıl yapılır?" bilgilerinin ötesine geçin ve aileleriyle arkadaşları ister mutfakta isterse şehir dışında olsun, Y kuşağına eğlenceli ve sosyal bir yemek pişirme deneyimi sunmanın yollarını düşünün.



Jenny Cooper

Satış Geliştirme Müdürü: Yiyecek ve İçecek, Google

Kaynaklar

- 1 Google Tüketici Anketi, Mayıs 2015. ABD'de temel alınan çevrimiçi kullanıcı sayısı=502. %32'lik kısım "tarifi yazdığını", %22'lik kısım "cep telefonu" kullandığını, %20'lik kısım "tablet" kullandığını belirtti.
- 2 Google Tüketici Anketi, Ocak 2015. ABD'de temel alınan çevrimiçi kullanıcı sayısı=550.
- 3 Google Tüketici Anketi, Ocak 2015. ABD'de temel alınan çevrimiçi kullanıcı sayısı=1657.
- 4 Google Arama Verileri, Ocak-Aralık 2014, Amerika Birleşik Devletleri.
- 5 Google Trendler, Ocak-Mayıs 2014 ve Ocak-Mayıs 2015, Amerika Birleşik Devletleri.
- 6 Google Tüketici Anketi, Ocak 2015. ABD'de temel alınan çevrimiçi kullanıcı sayısı=663.
- 7 Google Arama Verileri, Nisan 2015, Amerika Birleşik Devletleri.
- 8 Google Tüketici Anketi, Ocak 2015. ABD'de temel alınan çevrimiçi kullanıcı sayısı=460.
- 9 Millward Brown Digital/Firefly/Google, YouTube Food, Mayıs 2014. 18-34 yaş arası Y kuşağı temel alınmıştır.
- 10 Verileri, 2014, Amerika Birleşik Devletleri. "Nasıl yapılır?" videosu sınıflandırmasında başlıklar, etiketler vb. gibi herkese açık veriler temel alınmıştır. Bu sınıflandırma, YouTube'da eğitim amaçlı sunulan her "Nasıl yapılır?" videosu için geçerli olmayabilir.
- 11 YouTube Verileri, 2015, Amerika Birleşik Devletleri.
- 12 Google Trendler, Ocak 2013 - Mayıs 2015, Amerika Birleşik Devletleri.
- 13 Tüketici Anketi, Ocak 2015. ABD'de temel alınan çevrimiçi kullanıcı sayısı=483.
- 14 Google Tüketici Anketi, Nisan 2015. ABD'de temel alınan çevrimiçi kullanıcı sayısı=1509.