

Türkiye’de en çok bilinen beyaz et markası

# Banvit\* inovasyonla büyüyecek

*Yasemin Gürleroğlu*

BANVİT BRF, CMO

**Pandemiye birlikte tüketim alışkanlıkları ve satın alma biçimlerinin farklılaştığını belirten Banvit BRF’in CMO’su Yasemin Gürleroğlu, “bu süreçte de tüketicilerini dinlemeye devam ettiklerini ve BRF’in kazandırdığı ivme ile bayrağı daha yukarıya taşımaya hedeflediklerini” söylüyor.**

#### YASEMİN GÜRLEROĞLU KİMDİR?

Ege Üniversitesi Gıda Mühendisliğinde Lisans, Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi’nde Pazarlama Yüksek Lisans ve Koç Üniversitesi’nde Executive MBA dereceleri alan Yasemin Gürleroğlu iş yaşamına ürün yöneticisi olarak başladı. Gıda sektöründe farklı yöneticilik görevleri üstlenen Gürleroğlu, 2020 yılında Banvit BRF Pazarlama ve Kurumsal İletişim Direktörlüğü görevine başladı. 19 yılı aşkın sektörel tecrübeye sahip Yasemin Gürleroğlu, şirketin marka stratejisi ve iletişim, kurumsal iletişim ve Ar-Ge bölümlerinin sorumluluğunu yürütüyor. Gürleroğlu evli ve iki çocuk annesidir.

#### Bize Banvit BRF’den kısaca bahseder misiniz?

Banvit, ülkemizin köklü beyaz et üreticilerinden birisi. 2017 yılı Mayıs ayındaki birleşme ile şu an faaliyetlerimizi dünyanın önde gelen gıda üreticilerinden biri olan BRF çatısı altında sürdürüyoruz.

Şirketimiz İstanbul Sanayi Odası’nın “Türkiye’nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu” 2019 listesinde 58’inci sırada yer aldı. Nielsen’in 2020 yılı perakende paneli verilerine göre taze piliç, işlenmiş piliç ve pişmeye hazır piliç eti segmentlerinde pazar paylarımızı artırarak, pazardaki liderliğimizi güçlendirdik.\*\*

Ayrıca IPSOS 2020 hane tüketim paneli verilerine göre Banvit markası, kırmızı et kategorisi de dahil olmak üzere tüm Et ve Et ürünleri kategorisinde “yüzde 64,6 penetrasyon ile en fazla haneye giren” marka.\*\*\* IPSOS ile yaptığımız bir diğer araştırma olan “Marka Sağlığı Araştırması”nda da Banvit yüzde 98 bilinirlikle “Türkiye’de en

çok bilinen beyaz et markası” olarak öne çıkıyor.\* Bu sonuçlarla açık ara Türkiye’nin en çok tercih edilen beyaz et markası olmaya devam ediyoruz.

Banvit, aynı zamanda sektörünün güçlü markalarından birisi. Brand Finance Türkiye tarafından 2020 yılında açıklanan “Türkiye’nin En Değerli 100 Markası” listesinde 59’uncu sıradayız. Bu araştırmaya göre marka değerimiz yüzde 30 yükselerek 48 milyon dolara ulaştı ve listedeki tek kanatlı eti üreticisi olduk.

#### Banvit olarak pandemiyle değişen tüketici davranışlarına nasıl yanıt veriyorsunuz?

Günümüzde hayatımız çoğunlukla evlerde geçiyor. Mutfağa ayrılan zaman ve farklı lezzet arayışları da arttı. Pratiklik, servis süresini kısaltacak ürünler ve menüyü zenginleştirecek alternatif lezzetler önem kazandı. Biz de yeni ürünlerimizi buna paralel olarak geliştiriyoruz.

Tüketicilerimizin taze ürünlerimizi aldıktan sonra kendilerinin bu ürünleri buzluğa attığını biliyoruz. Ancak ev koşullarında yavaş yavaş donduğu için lezzet ve besin değerlerinde kayıplar olabiliyor. Yakın zamanda özel şoklama teknolojisi kullanarak ürettiğimiz ve kilitli aç-kapa ambalaj özelliğiyle dondurulmuş kategorisindeki piliç baget, bonfile göğüs ve kanat ürünlerimizi tüketicilerimizin beğenisine sunduk.

-40 derecede hızla dondurduğumuz bu ürünler hem birbirlerine yapışmıyor hem de besin değerleri lezzetleri daha çok korunmuş oluyor. Tüketiciler istedikleri kadar ürünü kilitli ambalajdan alıp, kalanını yine güvenle saklamaya devam edebiliyorlar. Böylece gıda israfının da önüne geçilmesine olanak sağlıyoruz.

Ayrıca son dönemde e-ticaret siteleri ve eve teslim hizmetlerine olan talep arttı. Biz de bu platformlardaki yerimizi hızlıca aldık ve önemli işbirlikleri geliştirdik.



#### Lansmanını yaptığınız Jumbo Sosis Ailesi’nden ve iletişim çalışmalarından kısaca bahsedebilir misiniz?

Banvit olarak şarküteri ürünlerimizle oldukça geniş bir ürün yelpazesine sahibiz. Jumbo Sosis şarküteri pazarındaki ilk ve tek tütsülenmiş piliç jumbo sosis. Doğal ağaç lifleri ile tütsülendirilip lezzetlendirildi. Aileye yeni katılan cheddarlı jumbo sosis de tamamen tüketici taleplerine paralel olarak geliştirildi. Mini Jumbo sosisi de ekleyerek bir aile yaratmayı hedefledik.

Bu ürünümüzün Facebook’un öne çıkan gruplarından biri olan “Mide Lobisi”nde organik olarak paylaşıldığını ve beğenildiğini gördük. Düzenlediğimiz jumbo sosis tabağı yarışmasında beklediğimizden çok daha güzel sonuçlar elde ettik. Bu çalışmanın dijital platform sözlüklerinde olumlu yansımalar bulması bizleri çok mutlu etti.

Lobi sakinlerinin hazırladığı tabaklar gerçekten son derece ilgi çekiciydi. Ayrıca yarışma ile birlikte jumbo sosisin sushi’den taco’ya kadar yaratıcı kullanım alanlarını görmüş olduk.

#### Son dönemde oldukça gündemde olan sürdürülebilirlik konusundaki çalışmalarınız neler?

Banvit BRF olarak 2008 yılından bu yana su tüketimimizi azaltmaya yönelik programlar uyguluyoruz. Bandırma



**Yakın zamanda özel şoklama teknolojisi kullanarak ürettiğimiz ve kilitli aç-kapa ambalaj özelliğiyle dondurulmuş kategorisindeki piliç baget, bonfile göğüs ve kanat ürünlerimizi tüketicilerimizin beğenisine sunduk.**

kampüsümüzdeki “Atık Su Geri Kazanım Tesisi” ile artırdığımız suyun, ortalama yüzde 34’ünü içme suyu kalitesinde geri kazandırıyoruz. Böylece içme suyu olarak tüketilebilecek bu yüzde 34’lük dönüşüm oranıyla yaklaşık 5 bin hane nin bulunduğu ortalama 20 bin nüfuslu bir ilçenin yıllık kullanım ve içme suyunu geri kazandırmış oluyoruz. 2025 yılına kadar su tasarruf oranımızı ise yüzde 13’e ulaştırmayı hedefliyoruz.

Geçtiğimiz yıl Bandırma ve İzmir kampüslerimizde faaliyet gösteren piliç kesimhanelerimiz ve İzmir yem fabrikamız için Çevre ve Şehircilik Bakanlığınca verilen Sıfır Atık Belgesi’ni almış olmaktan da mutluluk ve gurur duyuyoruz.

Diğer yandan üretim süreçlerimizde oluşan tüm organik atıkları işleyen

ve geri kazanılmasını sağlayan bir tesise de sahibiz.

#### Banvit BRF’in geleceğe dönük hedefleri neler ve tüketicilerini z neler bekliyor?

Tüm adımlarımızı daha güçlü bir gıda şirketi olma yönünde atıyoruz. Yakın gelecekte tüketicilerimizin tabaklarında ve sofralarında lezzetli ve yenilikçi ürünlerimizle daha fazla yer almaya devam edeceğiz. ■

\* Ipsos 2020 Marka Sağlığı Araştırma Raporu

\*\* Nielsen 2020 Perakende Hizmetleri Raporu

\*\*\* Ipsos 2020 Hane Tüketim Paneli verileri



#### Banvit BRF hakkında

Şirketin 1968 yılında Bandırma’da başlatılan öyküsü, bugün üretim portföyünde yer alan piliç ve hindi eti ürünleri, soslu ürünler grubu, tüketilmeye hazır pişmiş ürünler ve şarküteri ürünleriyle devam ediyor. Yaklaşık 5 bin çalışanı ile her gün 10 milyon tabağı dolduracak kadar ürün üretiyor. Brazil Foods yani BRF, hayvansal protein üretimi ve ihracatında küresel liderlerden birisi. BRF, bugün dünyada yaklaşık 90 bin çalışanı ve global yatırımlarıyla öne çıkan köklü ve deneyimli bir kuruluş. 2017 yılındaki birleşme ile BRF’in global pazarlar ve üretim alanındaki bilgi birikimi, Banvit’in sektöründeki 53 yıllık uzmanlığını daha yüksek seviyelere taşımasına olanak sağlamış oldu.