

Banvit faaliyetlerini kalite, sağlık, lezzet ve güven ilkeleri çerçevesinde gerçekleştiriyor

Dünyanın önde gelen gıda şirketlerinden biri olan BRF çatısı altında faaliyetlerini sürdüren ve Türkiye'de beyaz et sektöründe 52 yılını geride bırakan Banvit; stratejilerini bağlı bulunduğu global şirketin uluslararası standartları olan kalite, sağlık, lezzet ve güven ilkeleri çerçevesinde geliştiriyor. Üretim sürecinin tüm aşamalarını da bu dört ilke doğrultusunda şekillendiren Banvit, tüketicilerin ve müşterilerinin taleplerine en uygun ürünleri sunmaya odaklanıyor. Konusunda uzman, alanında deneyimli bir kadroya sahip olan Banvit; tüketici araştırmalarını ve dünya gıda sektöründeki trendleri çok yakından takip ederek sürekli sahada olan satış ekipleri kanalıyla hedef pazarlarıyla olan iletişimini de sürekli kılıyor, pazardaki gelişmelere ve değişimlere hızla cevap verebiliyor.

Bu çerçevede Banvit, pandemi sürecinin de etkisiyle e-ticaret hacmini artırdı; ürünlerini aralarında Getir.com'un da bulunduğu 20'den fazla online marketten de tüketicilerle buluşturmaya başladı. Çalışmalarını titizlikle ve yüksek üretim standartları ile devam ettirdiklerini belirten Banvit CEO'su Tolga Gündüz, "İçerdiği protein miktarıyla gıda maddeleri arasında önemli bir yere sahip olan beyaz ete ulaşımı kolaylaştırmak adına satış kanallarımızı çeşitlendirmeye devam ediyoruz. İstanbul'dan Gaziantep'e kadar uzanan geniş bir bölgede yerel e-ticaret siteleriyle çalışıyor; aynı zamanda Getir.com gibi büyük hacimli e-ticaret siteleriyle de iş birliği yapıyoruz. En çok tercih edilen ve soğuk zinciri bozmadan ürünlerimizi nihai tüketiciyle buluşturan tüm platformlarla iş birliğine açığız" dedi.

Esnek bir üretim yapısına sahip olmanın çok önemli bir avantaj olduğunu



Tolga Gündüz
Banvit CEO

kaydeden Gündüz, şunları söyledi; "Son tüketicilerimiz için yeni ürünler geliştiriyor ve pazara sunuyoruz. Bunun dışında, özellikle otel, restoran ve kafelerde (HORECA) çözüm ortağı olduğumuz müşterilerimiz için adeta bir terzi ustalığıyla, onların ihtiyaçlarına cevap verecek ürünler üretme kabiliyetine sahibiz. Bu kulvarda ise odağımızda 'müşteri memnuniyeti ve ihtiyaçlara cevap veren, doğru ürünler' üretmek var. Doğru porsiyonda ve gramajda, istenen kalibredeki ürünleri; sürekliliği sağlayarak ve zamanında teslimatla müşterilerimize sunuyoruz."

Bandırma, İzmir ve Elazığ'da faali-

Değer yaratan markalar arasında

GEÇTİĞİMİZ dönemde Brand Finance Türkiye tarafından açıklanan "Türkiye'nin En Değerli 100 Markası" listesinde yer aldıklarını da belirten Tolga Gündüz, "Marka değerimizin %30 yükselerek 48 milyon dolara ulaştığını gördük. Hem 100 en değerli marka içerisinde 59. olduk, hem de gıda sektöründeki beş değerli marka arasında yer aldık. Ayrıca bu listede yer almayı başaran tek kanatlı eti üreticisi biz olduk. Bu sonucun kendi sektörümüz içerisindeki öncülüğümüzü de pekiştirdiğimize inanıyorum. Son olarak İstanbul Sanayi Odası'nın Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu araştırmasında bir yıl öncesine göre bir basamak yükselerek 58. sırada yer bulduk" dedi.

Beyaz et sektöründe Türkiye'nin önde gelen markalarından biri olan Banvit, 2019 yıl sonunda 3.235.759.055 üretimden satış cirosuna ulaşarak, aynı dönemde 101,191 milyon ABD doları tutarında da ihracat gerçekleştirdi. En büyük ihracat pazarı Irak olan Banvit'in ihracat pazarlarında Orta Doğu ve Körfez ülkeleri de üst sıralarda yer alıyor.

yet gösteren üç ana üretim kampüsünde, yurt geneline dağılmış 18 şube ve 51 bayi ile günlük olarak sevkiyat yaptıklarını belirten Gündüz, "Burada 'günlük sevkiyat' konusunu altını özellikle çizmek isterim. Bu, zorlu bir operasyondur ve esneklik ister. Şube ve bayi ağımızda yer alan 600'ün üzerindeki frigrifrik aracımızla Türkiye çapında günde 100 bin kilometre yol yapıyoruz ve ürünlerimizi yaklaşık 45 binin üzerindeki aktif müşterimize, oradan da tüketicilerimize ulaştırıyoruz" dedi.

Salgına karşı üretimden dağıtıma, üretim tesisinden çalışan güvenliğine kadar tüm alanlarda tüm önlemlerini alan Banvit, TSE Covid-19 Güvenli Üretim Belgesi'ne de sahip.

