

1. Sejarah H.J. Heinz Company



Rich with History

Our family of trusted products were developed over a century ago by entrepreneurs who created quality foods and placed consumer satisfaction first.

2. Visi Perusahaan



3. Kegiatan CSR di Heinz - Amerika



Corporate Social Responsibility

The Kraft Heinz Company is dedicated to the sustainable health of our people, our planet and our Company. Through partnerships with Stop Hunger Now and Feeding America, we have provided more than 2 billion servings of food to those in need.

4. Kegiatan CSR “ABC Dapur Peduli” - Jakarta



Senin, 01 September 2014 | Siaran Pers

Jakarta, Heinz ABC Indonesia, penyedia Kecap ABC terkemuka di Indonesia, kembali menggelar program bagi-bagi makanan gratis kepada kaum dhuafa sepanjang bulan puasa. Program yang disebut "ABC Dapur Peduli 2011" itu dimulai pada hari Senin, 8 Agustus 2011. ABC Dapur Peduli 2011 adalah sebuah program amal tahunan untuk memotivasi kaum ibu agar berbagi kepada sesama terutama kaum dhuafa.

Human Resources Director PT Heinz ABC Indonesia, Hari Widyo mengatakan, Kecap ABC telah beredar di Indonesia selama lebih dari 35 tahun sejak 1975 dan masih akan terus 'menggurihkan dan mengentalkan' Indonesia selama bertahun-tahun mendatang. Program ini merupakan bukti komitmen Kecap ABC untuk masyarakat Indonesia.

"Heinz ABC memulai dengan membagikan lebih dari 100 ribu paket makanan kepada kaum dhuafa sepanjang bulan puasa ini di area Jabodetabek dan Bandung. Mengingat masih banyak saudara-saudara kita yang membutuhkan dan kita tidak bisa bekerja sendiri untuk membantu seluruh kaum dhuafa," ujar Hari, Senin (8/8/2011)

ABC Dapur Peduli juga mengalokasikan tambahan 5 ribu paket makanan lagi bagi para ibu yang ingin turut berpartisipasi melalui akun facebook atau twitter mereka. Hari mengatakan, cukup menjadi fans dari akun facebook ABC Dapur Peduli dan/atau menjadi follower dari akun twitter ABC Dapur Peduli, maka mereka juga dapat berkontribusi dalam program ini.

Presiden Direktur Dompot Dhuafa, Ismail Agus Said menyatakan dukungannya atas program tersebut. Menurutnya, ABC Dapur Peduli memberi wadah kepada masyarakat, terutama kaum ibu-ibu untuk berbagi dan menyebarkan amal baik kepada sesama yang membutuhkan sekaligus sejalan dengan pemahaman religius Islami, sebuah aktivitas yang sejalan dengan visi dan misi Dompot

Sebagaimana diketahui Lembaga Dompot Dhuafa adalah sebuah lembaga swadaya masyarakat yang memfokuskan pada pengelolaan zakat, infaq, shodaqoh dan wakaf secara lebih profesional. "Bentuk dukungan kami meliputi penyediaan data lokasi kaum dhuafa sampai partisipasi aktif tim kami untuk menyalurkan 100 ribu paket makanan yang disediakan oleh ABC Dapur Peduli secara bertahap kepada kaum dhuafa," kata Ismail.

Selain Dompot Dhuafa, program ABC Dapur Peduli mendapat dukungan dari banyak pihak, termasuk ustadz kondang Sholeh Mahmoed, pakar kuliner Yeni Ismayani serta beberapa public figure di Indonesia, termasuk pasangan suami-istri Riafinola Ifanasari (Nola Be3) dan Baldy Mulia.

Sebagai simbolis pembukaan hari ini, ABC Dapur Peduli mengerahkan lebih dari 50 sukarelawan Heinz ABC dan 150 ibu-ibu Majelis Ta'lim untuk bersama-sama memasak menu buka puasa yang telah disusun oleh Yeni Ismayani di Masjid Sunda Kelapa, Menteng. Lalu mereka akan membagikan paket makanan yang telah dimasak tersebut kepada sekitar 1000 kaum dhuafa di daerah Menteng.

Selanjutnya, sepanjang bulan puasa sampai Hari Lebaran mendatang, secara sporadis dan bertahap, ABC Dapur Peduli 2011 dan Dompot Dhuafa membagikan 86 ribu paket makanan ke kantung-kantung kaum dhuafa di Jakarta dan sekitarnya, serta 13 ribu lagi sisanya di area Bandung. Sehingga total yang akan terdistribusikan adalah 100 ribu paket makanan. Untuk informasi lebih lanjut, silakan kirim pertanyaan Anda melalui [form kontak](#) di menu Hubungi Kami.



5. Strategi Bisnis PT Heinz ABC Indonesia

2014 Sales Pillars

- Sales Growth & Market Share in Soy, Chilli, Syrup
- Doing More in Fundamentals (Effective Calls, SKU per Invoice, Reduce OOS, increase Shelf Share) and Distributor Financing
- Drive Business Ownership with LUCIA & P&L tracking per Distributor
- Win in Festive

MBO 1: Market Share

Actions	Objectives
Protect Soy & Chilli Leadership	Soy 32.1%, Chilli 58.2%
Win Cordials In & Out Season	Leader in Squash, Improve SG
Ensure Fish Supply	Win in Season
Grow Shrimp Paste, Tomato, Oyster	Fix Supply
Innovation Delivery (NPD)	Mr. Jussie Tea, Extra Hot Soy, Sambal Masak, Squash Sachet
Improve Product Mix	Deliver Contribution Margin

MBO 2: Winning Customers

Actions	Objectives
Java Distributor Model	40,000 Active Outlets
Win in Modern Trade	+20% Sales Growth
Modernize Outer Islands	Sales Fundamentals
Expand Food Service Network	+20% sales, Table Top Outlets
Build GT Fundamentals	Eff. Calls 17/day, # of SKUs 10/invoice, Active Outlets 85%