FUNCTIEPROFIEL

Manager Ledenmarketing

KANDIDAATPROFIEL

- 8+ jaar relevante werkervaring
- Leidinggevende ervaring aan multidisciplinaire teams (5+ fte)
- Strategisch (customer journey-denken)
- Datagedreven
- Stakeholdermanagement

Den Haag **Vanaf 8 jaar werkervaring**

De ANWB is met bijna vijf miljoen leden de grootste vereniging van Nederland. Het doel: ervoor zorgen dat iedereen met plezier en zorgeloos onderweg is. De datagedreven Manager Ledenmarketing beheert de volledige customer journey van de leden en zorgt ervoor dat zij op elk moment in die reis – van the cradle to the grave – optimaal bediend worden.

Over de ANWB

In de 135 jaar dat de ANWB bestaat, zag de organisatie de wereld om haar heen drastisch veranderen. Zaken als mobiliteit, verkeersveiligheid, vakantie en vrije tijd kregen in de loop der jaren een compleet andere invulling. Met een innovatieve, ambitieuze drive zorgen de bijna 4000 medewerkers van de ANWB er met talloze diensten en producten voor dat de organisatie voorop blijft lopen. Niet alleen voor haar leden en de vereniging, maar ook voor de samenleving.

Commercieel én maatschappelijk zinvol

De combinatie van haar commerciële en maatschappelijke oogmerk maken de ANWB een unieke organisatie. Bijvoorbeeld door projecten als ‘Streetwise’ en de campagne ‘Elk kind veilig op de fiets’ – beide met het doel om kinderen veiliger in en door het verkeer te manoeuvreren. Met dit soort initiatieven en een uitgesproken vooruitstrevend mobiliteitsbeleid wil de ANWB een wezenlijke bijdrage leveren aan een duurzamer, bereikbaarder en veiliger Nederland. Daarnaast spreekt ook het triple zero-ideaal van de organisatie tot de verbeelding: de ANWB streeft naar nul files, nul CO2-uitstoot en nul verkeersdoden, en werkt daar proactief naartoe.

Manager Ledenmarketing

De Manager Ledenmarketing beheert samen met haar/zijn team de gehele customer journey van elk ANWB-lid. Dat begint bij de eerste kennismaking met de organisatie, tot het moment waarop iemand lid wordt én het vervolgens (zo lang mogelijk) blijft. Daarbij heeft de Manager Ledenmarketing een duidelijk doel voor ogen: voor elk lid zo relevant mogelijk zijn en blijven. Dat resulteert onder meer in een stevige groei in NPS. Leden kunnen op verschillende manieren sterker met de ANWB verbonden worden. Die manieren liggen onder meer op het maatschappelijke vlak, maar bijvoorbeeld ook door de gemiddelde productdichtheid (het aantal producten en diensten dat een lid afneemt) te vergroten – of dat nou een verzekering, een actieve gezinsvakantie of een regenpak uit de winkel is.

Customer journey-denken in het DNA

Het customer journey-denken zit diep verankerd in het DNA van de Manager Ledenmarketing. Zij/hij weet als geen ander op welk moment in de klantreis leden benaderd moeten worden, en met welke content. De Manager Ledenmarketing ziet erop toe dat loyalty- en ledenvoordeelprogramma’s van de

ANWB voortdurend mee-ontwikkelen met de behoeften en wensen van leden. Zij/hij houdt trends in de markt in de gaten en komt met slimme, innovatieve ideeën die kansen creëren om (nieuwe) leden beter van dienst te kunnen zijn. Strategische, uitdagende vraagstukken die grote financiële impact kunnen hebben.

Naast het beter bedienen van de huidige leden, ontwikkelt en implementeert de manager tevens een effectieve wervingsstrategie om het aantal leden flink te laten groeien. De ANWB heeft namelijk een heldere ambitie: de komende vijf jaar wil het ruim een miljoen nieuwe – liefst jonge(re) – leden aan zich binden. De Manager Ledenmarketing profileert zich binnen de organisatie en richting externe partners als ambassadeur voor het denken en handelen vanuit ledenperspectief.

Klant- en datagedreven mindset

De Manager Ledenmarketing is lid van het MT voor Marketing & Communicatie en stuurt een afdeling van ruim tien medewerkers aan. Zij/hij weet hen op inspirerende, coachende wijze mee te nemen in de ontwikkeling naar de volgende fase waarin klant- en data-gedreven werken de boventoon voert, en is niet bang om op de troepen vooruit te lopen.

De Manager Ledenmarketing baseert zich bij beslissingen op de schat aan beschikbare data en waardevolle inzichten waarover de ANWB beschikking heeft. Personalisatie is daarbij een sleutelwoord: het verhogen van het aantal contactmomenten via waardevolle interacties en content is een belangrijke voorwaarde om de doelen van de Manager Ledenmarketing te behalen. Zij/hij rapporteert direct aan Charlotte Zelders, CMO.

Een uitdagende rol die vraagt om een conceptueel sterke, stevige people manager met een bewezen track record in digital marketing en customer-centric werken. Zij/hij heeft ruime ervaring in het opzetten en implementeren van klantreizen en het vergroten van loyaliteit. Bovenal is de ideale kandidaat een initiatiefrijke, inspirerende, stevige leider die weet hoe zij/hij draagvlak in een team en een organisatie creëert. Een verbindende stakeholdermanager die dingen in beweging kan zetten, niet bang is de status quo te challengen, en overal en altijd op zoek is naar mogelijkheden voor verbetering: voor leden, voor de ANWB, voor het team, voor zichzelf en voor de maatschappij. ■

Interesse? De ANWB werkt voor invulling van deze vacature met Top of Minds.
Neem contact op met Jessica Lim via jessica.lim@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.

“Toen ik na 17 jaar FMCG de overstap maakte naar de ANWB was ik onder de indruk van de enorme hoeveelheid data die de organisatie tot haar beschikking heeft, en hoe goed daar gebruik van gemaakt wordt. Datagedreven innovatie en personalisatie staan centraal in het realiseren van de ambities van de ANWB.”

Charlotte Zelders, CMO