




FUNCTIEPROFIEL

Marketing Manager

Kandidaatprofiel

- 10+ jaar relevante marketingervaring
- WO-opgeleid
- Sterk in marcom-ontwikkeling en -planning
- Analytisch
- Brengt visie mee
- Ervaring als leidinggevende

📍 Utrecht 📁 Vanaf 10 jaar werkervaring



De koffie- en theemarkt is voortdurend in beweging. Dat levert kansen en uitdagingen op voor de verschillende merken van JDE, al meer dan 250 jaar wereldleider in koffie. De Marketing Manager zorgt dat de merken Douwe Egberts, DE Café, Senseo, L'Or blijven groeien, door aansluiting te vinden bij de voortdurend veranderende wensen van de Nederlandse consument.



Over Jacobs Douwe Egberts

De geschiedenis van Jacobs Douwe Egberts (JDE) gaat terug tot het jaar 1753, toen Egbert Douwes en zijn vrouw een kruidenierswinkel begonnen in Joure, Friesland. In 1895 opent ook Johann Jacobs een winkel, waarbij hij zich voorneemt altijd de beste kwaliteit te bieden voor een schappelijke prijs. Inmiddels zijn de winkels van de twee mannen uitgegroeid tot een ijzersterke wereldleider op het gebied van koffie en thee. Duizenden medewerkers zetten zich in voor meer dan vijftig merken, waaronder Douwe Egberts, DE Café, Senseo en L'Or. JDE is actief in meer dan honderd landen en het hoofdkantoor is gevestigd in Amsterdam.

De cultuur wordt gekenmerkt door ambitie, ondernemerschap en snelle ontwikkeling. In de competitieve, veranderlijke koffiemarkt is innovatie de drijvende kracht achter het succes van JDE. De innovatie is niet alleen gericht op het verbeteren van de kwaliteit en de merken, maar ook op verduurzaming en positieve impact op de wereld. Zo zijn de pads van Senseo volledig duurzaam geproduceerd, voldoet de koffie aan strenge keurmerken en wordt de verpakking verbeterd.

Momenteel beweegt de koffiemarkt zich meer en meer richting de 'single serve': één kopje perfect vloeibaar goud per keer. Door het vele thuiswerken hebben meer mensen geïnvesteerd in een eigen, luxe koffiemachine en is de capsuleverkoop gegroeid. Dat zorgt voor kansen en uitdagingen voor de verschillende merken. Aan de Marketing Manager de taak om deze in een vroeg stadium in kaart te brengen en in goede banen te leiden voor de merken L'Or, Senseo, Douwe Egberts en DE Café.



Marketing Manager

De rol van Marketing Manager is relatief complex door de verschillende uitdagingen waar de vier grote merken voor staan, die allemaal een eigen aanpak vereisen. Zo start voor Senseo, de best verkochte koffiemachine in Nederland, een groot innovatietraject voor zowel de pads als de machines om ook de jongere doelgroep meer te verleiden. Senseo vraagt bovendien om een nauwe samenwerking met Philips, dat de machines ontwikkelt en verkoopt, en met het global team dat de strategie voor Senseo uitzet. De Marketing Manager houdt deze relaties in balans en draagt zorg voor een naadloze aansluiting van Senseo op de behoeften van de Nederlandse consument.

De uitdaging van het luxe merk L'Or, dat staat voor het verleiden van de zintuigen, is van andere aard. L'Or kent nog wat afstand ten opzichte van de Nederlandse markt. Aan de Marketing Manager de taak om dit internationale merk met een vertaling naar de Nederlandse markt dichterbij de consument te brengen.

Aangezien de capsulemarkt groeiende is, wordt er op dit gebied sterk geïnnoveerd. Momenteel lopen er wel vijftien capsule-innovatietrajecten tegelijk. Daarnaast wordt vol ingezet op het vergemakkelijken van de recycling van capsules. De Marketing Manager blijft goed op de hoogte van de ontwikkelingen en weet deze te maximaliseren.



Interesse? Jacobs Douwe Egberts werkt voor invulling van deze vacature met Top of Minds. Neem contact op met Emily Olij via emily.olij@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.



Taken en verantwoordelijkheden

De Marketing Manager is verantwoordelijk voor een sterke marketing- en communicatieplanning en de juiste boodschap voor de doelgroep. Dat uit zich bijvoorbeeld in het ontwikkelen van activatieprogramma's, samenwerkingen (bijvoorbeeld VT Wonen met L'Or), lokale tag-ons voor global ontwikkelde tv-reclames en online content voor de Nederlandse markt. Ook voor zaken als het verbeteren van de (digital) consumer journey draagt de Marketing Manager verantwoordelijkheid.

Elke beslissing die de Marketing Manager neemt, gebeurt op basis van data, ad hoc onderzoeken en toetsing bij consumentenpanels. Het kunnen analyseren en interpreteren van data is dan ook een van de belangrijkste skills die de Marketing Manager meeneemt als zij/hij het global team wil overtuigen van haar/zijn merkinvulling voor de Nederlandse markt.

In deze grote en dynamische organisatie is het van groot belang dat de Marketing Manager hoofd- en bijzaken kan onderscheiden, visie meebrengt en focus weet

“Wat deze rol extra leuk maakt, is dat de markt zich beweegt naar ‘single serve’. Hierdoor worden er veel investeringen en innovaties gedaan binnen de segmenten: de koffiecapsules en koffiepads.”

Jetske Bouma, Marketing Directeur JDE Nederland.

aan de brengen. De ideale kandidaat staat stevig in haar/zijn schoenen en weet voortdurende de balans te vinden in de samenwerking met Philips, het lokale RMT, Global en het eigen team (4fte). Op termijn kan de Marketing Manager doorgroeien naar diverse rollen binnen de organisatie. heeft het vermogen om op natuurlijke wijze de regierol naar zich toe te trekken, weet wat er op de werkvloer gebeurt en is een kei in stakeholdermanagement.