



#VACATURE



LOGISTIEK MANAGER

Stella is een van de snelst groeiende bedrijven in Nederland, en met meer dan 250.000 klanten is de e-bike specialist niet meer weg te denken uit de fietsmarkt. Maar fietsen zijn niet alleen in Nederland populair, dus de ambitie is groot: Stella wil marktleider worden in Europa. En daarvoor heeft het bedrijf goede papieren in handen. Voor de ontwikkeling en uitrol van de ambitieuze groeistrategie zijn er op dit moment diverse te vervullen sleutelposities in de organisatie.



DE STELLA BELOFTE: ALTIJD DE BESTE KEUS

Het verhaal van Stella lijkt er een uit een jongensboek. In 2011 zien twee jonge ondernemers een groeimarkt voor e-bikes ontstaan. Daan van Renselaar en Wilco van de Kamp bedenken en assembleren de eerste Stella e-bike in een schuurtje in hun achtertuin. Zeven jaar later zijn ze marktleider in Nederland. Een unieke prestatie in de atypische Nederlandse fietsmarkt, dat al jaren gedomineerd wordt door een handjevol grote spelers.



UNIEKE D2C PROPOSITIE

Het succes van Stella schuilt achter hun unieke servicegerichte direct-to-consumer propositie. De e-bikes worden exclusief via eigen kanalen verkocht. En door de middle-man uit het proces te halen kan Stella haar e-bikes voor een lagere prijs dan de concurrent verkopen.

Het uitschakelen van tussenpartijen levert ook andere voordelen op. Door de e-bikes alleen via hun eigen kanaal te verkopen kan Stella de klantbeleving controleren en een unieke garantie bieden. Er rijden bijvoorbeeld busjes door het land voor een

test-service-aan-huis, zodat klanten de fiets kunnen testen in hun eigen omgeving. En Stella weet exact wie haar klanten zijn. Daardoor kan ze rechtstreeks met klanten communiceren en feedback verzamelen. Zo verzamelt ze waardevolle data over de markt en worden de e-bikes continu verbeterd.

En dat levert een goede uitgangspositie voor de toekomst op. Als de groeicurve van de elektronische fietsenmarkt afneemt door verzadiging, verschuift de focus van aanschaf naar vervanging. In tegenstelling tot concurrenten kan Stella haar klanten proactief benaderen met interessante

proposities wanneer zij open staan voor een nieuwe e-bike.

DE AMBITIE: MARKTLEIDER IN EUROPA

Overall in Europa is dezelfde trend te zien: de verkoop van fietsen neemt af, maar die van e-bikes neemt toe. En als marktleider in het grootste fietsland van Europa heeft Stella de beste positie om daar van te profiteren.

Samen met investeringspartner DM Equity Partners, dat begin 2018 een substantieel minderheidsbelang in de organisatie heeft genomen, zet Stella inmiddels haar

eerste stappen op de Europese markt. De investeringspartij, mede opgericht door Ben Mandemakers, ondersteunt de Europese groei zowel financieel als professioneel. Door de grote overeenkomsten met de Nederlandse fietsenmarkt richt het bedrijf zich eerst op uitbreiding naar Duitsland.

Naast de internationale uitbreiding zet Stella sterk in op verdere professionalisering en innovatie. Zo ontwikkelt de R&D afdeling een nieuwe lijn met innovatieve producten voor een bredere doelgroep. En werken ze aan vernieuwde accu-technologie om de levensduur en actieradius te verbeteren. Maar ook op het gebied van service blijft het bedrijf innoveren. Er rijden inmiddels Stella-bussen door heel Nederland en er zijn experience centers geopend waar klanten de verschillende e-bikes kunnen zien en testen.

CULTUUR

Op dit moment werken er 400 professionals vanuit 38 vestigingen en het hoofdkantoor dagelijks aan de groei van Stella. De platte organisatiestructuur zorgt voor een open cultuur, waar iedereen zich verbonden voelt met elkaar en de organisatie, maar wel zijn eigen winkel runt. Daardoor is de organisatie wendbaar en worden goede ideeën snel gevalideerd en gerealiseerd. Alles binnen Stella staat in het teken van innovatie, professionaliseren en groei. Zo wordt er op dit moment een nieuw hoofdkantoor gebouwd in Nunspeet en zijn er diverse vacatures.

#VACATURE

LOGISTIEK MANAGER

De in-house keten brengt veel voordelen met zich mee, maar ook een uitdagende logistiek. Die nog complexer zal worden naarmate de organisatie verder groeit en er nieuwe markten en kanalen aan de business worden toegevoegd. Dat betekent dat een optimaal ingericht logistiek proces een voorwaarde is voor marktleiderschap in Europa. Daarmee vervult de Logistiek Manager een sleutelrol in de huidige groeistrategie.

De Logistiek Manager ontwikkelt een strategie voor een continu optimale goederenstroom binnen het productieproces van Stella. De Logistiek Manager coördineert alle productieactiviteiten, beheert en optimaliseert de logistieke planning en verbetert bestaande processen. Hij/zij is direct verantwoordelijk voor de distributiecentra en stuurt voor de uitvoer van de strategie een team van 60 FTE aan. De Logistiek Manager ontwikkelt voor hen data-driven KPI's en rapporteert direct aan de directie.



KANDIDAATS PROFIEL

ERVARING

- ➔ Minimaal acht jaar relevante ervaring in een logistieke functie, waarvan minimaal drie jaar als leidinggevende
- ➔ Ervaring met de uitvoer van grootschalige logistieke optimalisatietrajecten, waaronder het inrichten van procedures en systemen
- ➔ Minimaal HBO opgeleid
- ➔ Ervaring binnen een snelgroeiende, internationale organisatie is een pre

PERSOONLIJKHEID

- ➔ Resultaatgericht en procesmatig denken
- ➔ Communicatief sterk
- ➔ Proactief en probleemoplossend
- ➔ Analytisch en creatief
- ➔ Sterke stakeholdermanager



NUNSPEET



CONSUMER GOODS



LOGISTICS



CONTACT



ANNELIJN NIJHUIS

Consultant bij Top of Minds Digital Executives
annelijnnijhuis@topofminds.com