

Business Development Manager Packaging

Consumenten zijn steeds kritischer op verpakkingsmateriaal. Dat zou goed nieuws moeten zijn voor staal, want dat is duurzamer dan plastic, karton of glas. Het is bijvoorbeeld eenvoudig te scheiden – omdat het magnetisch is – en daarom bijna volledig recyclebaar. Daarmee is staal het verpakkingsmateriaal van de toekomst. Toch is de perceptie anders. Om dat te veranderen heeft Tata Steel de functie van Business Development Manager Packaging gecreëerd. Hij/zij gaat FMCG, retailers en consumenten laten zien dat staal de meest duurzame oplossing is, en ook enorm veel designmogelijkheden biedt.



EEN FIJNE WERKOMGEVING

De sfeer in het bedrijf is informeel. Bij iedereen staat de deur open, ook letterlijk. Mensen lopen makkelijk bij elkaar binnen. Tata Steel geeft haar mensen veel vrijheid en autonomie en stimuleert creativiteit en eigen initiatief. Daarbij zijn er, juist door de omvang en het internationale karakter van het bedrijf, veel carrièremogelijkheden en volop kansen voor persoonlijke en professionele ontwikkeling.

Wereldwijd Toonaangevend

Tata Steel is één van Europa's grootste staalbedrijven. Jaarlijks produceert, bewerkt en distribueert Tata Steel 12 miljoen ton hoogwaardig staal, voor bijvoorbeeld de bouw, de auto-industrie en de lucht- en ruimtevaart. De klanten van het bedrijf zijn zeer veeleisend en kiezen voor Tata Steel om de hoge kwaliteit van de producten.

Tata Steel is een grote, internationale speler. Het bedrijf blinkt uit in haar marktbenadering. Tata Steel heeft sterke, langdurige samenwerkingsverbanden met haar klanten, bijvoorbeeld in gezamenlijke ontwikkeling van innovatieve oplossingen. Tevens loopt het bedrijf voorop waar het gaat om waardecreatie en verantwoord ondernemen.

Een fijne werkomgeving met veel ruimte voor het individu

Bij Tata Steel Europa werken in totaal 21.000 mensen. Daarvan werken er 9.000 in IJmuiden en zij doen dat met veel trots. Dat blijkt bijvoorbeeld uit de lijstjes waarin Tata Steel hoog scoort waar het gaat om goed werkgeverschap. Zo stond het bedrijf in 2017 op plek 2 op de lijst van MT 500 met de beste bedrijven van Nederland. Het feit dat je de producten van Tata Steel overal tegenkomt en het daarmee een hoge relevantie heeft, is één van de redenen die medewerkers noemen wanneer je hen hiernaar vraagt.

“Als ik aan mensen uitleg wat voor werk ik doe, dan vertel ik dat ik werk aan producten die zij dagelijks tegenkomen, bijvoorbeeld in de supermarkt. Want of het nou soep, frisdrank of groente is, het is vaak verpakt in ons staal.”

– Burak Kalkan, Marketing Manager

Protact:

Revolutionair verpakingsstaal

Waar Tata Steel zich vroeger toegedde op het produceren van hoogwaardig staal voor haar directe klanten, richt het bedrijf zich nu ook op consumententrends en het ontwikkelen van innovatieve oplossingen die de maatschappij beter maken. Een recent voorbeeld daarvan is de ontwikkeling van [Protact](#), een innovatie die de verpakkingindustrie op z'n kop zal zetten.

Protact is een nieuw type staal met een meerlaagse polymeren coating en is speciaal ontwikkeld voor het verpakken van voedsel. Traditioneel worden blikjes met een laklaag bewerkt. Een intensief en milieubelastend proces. Dankzij de polymeerlaag op het verpakingsstaal is dit proces overbodig. Daardoor wordt can making niet alleen veel makkelijker, maar is het ook beter voor de voedselveiligheid, energiezuiniger, sneller, compacter en is het materiaal oneindig recyclebaar zonder verlies van kwaliteit.

Daarbij biedt Protact grote voordelen voor de brand owners (FMCG) en de retailers. Zo geeft het materiaal veel meer ruimte voor het ontwerpen van creatieve verpakkingen en is het veel makkelijker en goedkoper om snel nieuwe ontwerpen en vormen in de markt te zetten, ook als de volumes nog beperkt zijn.

“We hebben staal als verpakkingsmateriaal opnieuw uitgevonden. We hebben laten zien dat het expressief, uniek en premium kan zijn en daarmee een verschil kan maken in de homogene categorie van voedsel in blik.”

– Liselotte Tingvall, Head of Insight & Innovation van Grow

OUTSTANDING ACHIEVEMENT AWARD

Samen met designbureau Grow heeft Tata Steel een unieke, futuristische verpakking ontworpen. Het ontwerp is recent bekroond met de [Outstanding Achievement Award](#) tijdens The Dieline Awards 2018.

HET OPBOUWEN VAN EEN HECHTE BAND

De Business Development Manager Packaging gaat in gesprek met brand owners en retailers, waarbij hij/zij langetermijnrelaties opbouwt op verschillende niveaus en met verschillende disciplines, bijvoorbeeld verpakkingsspecialisten, categorie managers en product managers.

De vacature

Business Development Manager Packaging

De positie van Business Development Manager Packaging (hierna Business Development Manager) is nieuw binnen Tata Steel, met als belangrijkste verantwoordelijkheid het verder uitbouwen van het commerciële succes van Protact en volgende innovatieve staaloplossingen; en in breder perspectief het verbeteren van de perceptie van staal als verpakkingsmateriaal en Tata Steel als innovatieve, consumentgedreven organisatie.

“De Business Development Manager krijgt echt een unieke functie en begeeft zich op onontgonnen gebied. Tussen onze 9.000 mensen is deze persoon echt one of a kind. In deze functie past iemand die avontuurlijk is, zelfovertuigd. Die het heft in handen neemt en de functie verder vormgeeft.”

– Edwin Reij, Teamlead Experienced Hires

Hechte band opbouwen met brand owners en retailers

In het traditionele proces verkoopt Tata Steel haar product aan de can makers, zij vormen het staal om tot blikjes en vullen ze. Vervolgens verkopen zij de blikjes aan brand owners en retailers. Daarom richtte Tata Steel voorheen haar commerciële aanpak vooral op de *can makers*.

De opdracht aan de Business Development Manager is om voor Tata Steel een nieuwe klantgroep, de brand owners en de retailers, te overtuigen van de voordelen van Protact. Daar ligt immers de verpakkingsbeslissing. Brand owners en retailers zoeken voortdurend naar manieren om hun producten aantrekkelijker te presenteren en juist Protact biedt hen de mogelijkheid creatief te zijn in vorm, ontwerp en print. Om Protact overtuigend te presenteren, formuleert de Business Development Manager een concrete value propositie voor iedere klant.

De vacature

Business Development Manager Packaging

Vervolgens gaat de Business Development Manager in gesprek met brand owners en retailers, waarbij hij/zij enthousiasme creëert op de juiste niveaus en binnen de juiste disciplines, bijvoorbeeld verpakkingsspecialisten, categorie managers en product managers. De Business Development Manager bouwt daarbij langetermijnrelaties op. Uiteindelijk is het doel dat brand owners en retailers zo overtuigd raken van de voordelen van Protact, dat zij can makers hierom gaan vragen.

Interne samenwerking

De Business Development Manager is onderdeel van het team van Steven Dijkstra, de Head of Marketing Packaging, Distribution & Integrated Businesses. Hij/zij is onderdeel van het marketingteam gericht op packaging. Dat team bestaat uit twee Marketing Managers, twee Marketing Project Managers en drie experts in marketingcommunicatie. Behalve met hen, werkt de Business Development Manager ook actief samen met marketingteams van andere sectoren: technical, R&D, productie en sales.

Daarnaast heeft deze rol ook een behoorlijk internationaal karakter. De klanten van Tata Steel zijn gevestigd over de hele wereld: van de Verenigde Staten, Rio de Janeiro, Johannesburg en Tokyo tot locaties door heel Europa. De Business Development Manager gaat regelmatig op bezoek bij deze klanten.

“Bij Tata Steel krijg je vroeg in je carrière veel verantwoordelijkheid en word je betrokken bij belangrijke strategische projecten. Als je goed bent, dan val je in deze omgeving snel op. Dat maakt het een mooie springplank.”

- Steven Dijkstra, Head of Marketing Packaging, Distribution & Integrated Businesses

ERVARING

- WO
- 7+ jaar werkervaring, waarvan bij voorkeur ten minste 3 jaar in FMCG / Food
- Inzicht in hoe verpakkingsbeslissingen binnen FMCG en Retail genomen worden
- Business development ervaring
- Projectmanagement ervaring
- Ervaring in technische B2B omgeving is een pre
- Bereidheid om te reizen (20%)

PERSOONLIJKHEID

- Commercieel
- Zelfstandig
- Initiatiefrijk / zelfstartend
- Proactief
- Empathisch
- Relatiebouwer
- Creatief



“We zijn nog steeds staalproducent, zoals we altijd zijn geweest. Maar we zijn ook veel meer dan dat. We zijn thought provoking en hebben een visie op onze industrie en op de maatschappij.”

Interview met Steven Dijkstra Head of Marketing Packaging & Integrated Businesses

Steven Dijkstra is Head of Marketing Packaging, Distribution & Integrated Businesses bij Tata Steel en verantwoordelijk voor het ontwikkelen en implementeren van de marketingstrategie en voor het marktgedreven nadenken over new product development. Productgroepen waar Steven zich op richt zijn bijvoorbeeld conserveren, spuitbussen en verfblikken. Hij is in oktober 2000 bij Tata Steel begonnen en heeft sindsdien commerciële rollen vervuld in marketing, sales, strategie en business development.

Steven ziet een trendbreuk die gaande is binnen Tata Steel. “Vroeger waren we echt een maakbedrijf. Dat is niet meer zo. Marketing wordt steeds meer gezien als een onmisbare discipline. We ontwikkelen innovaties gericht op de consument, op de maatschappij. We durven ook veel meer te proberen. We communiceren veel sneller over de ideeën die we hebben.”

Met toenemende concurrentie uit China en India is de strategische keuze voor innovatie een logische. Het bedrijf wil voorop blijven lopen.

“Om een visie te hebben op de consument, is het essentieel om de klant goed te begrijpen. Dat is de taak van marketing: identificeren waar klanten nu en straks behoefte aan hebben en dat vertalen naar concrete concepten.”

Protact is een uitstekend voorbeeld van een innovatie, voortkomend uit een goed begrip van de eindgebruiker. Steven vertelt er bevolgen over. Maar als we hem vragen

waar hij het meest trots op is, kent hij geen enkele twijfel. *“Mobile can making.”*

Mobile can making bestaat nog niet. Het is een visie, een plan. “Het concept is als volgt: twee vrachtwagens waarmee we op locatie blikjes kunnen maken en vullen. Dit zou een gigantische stap voorwaarts zijn in het wereldvoedselprobleem. Wat veel mensen namelijk niet weten, is dat op veel plekken in Afrika en India bijna de helft van de gewassen verrot is voordat verwerking kan plaatsvinden. Het is vooral cruciaal om op locatie te kunnen steriliseren. Daarmee is de haast eraf en blijft het product goed.”

Hoe Tata Steel met dit idee aan de slag is gegaan, zegt veel over de nieuwe manier waarop het bedrijf werkt. “We hebben deze visie breed gecommuniceerd. Zoek op YouTube maar eens op ‘[Mobile Can Making Tata](#)’, dan zie je het idee kort en helder uitgelegd. En dat terwijl we nog helemaal niet weten hoe we dit precies moeten doen. Maar we geloven dat het kan en zijn vastberaden het te realiseren. Doordat we er nu al over communiceren, benaderen andere bedrijven ons om hieraan bij te dragen. Fantastisch toch? Daarom ben ik zo trots dat ik onderdeel ben van dit project, zowel om wat het betekent binnen Tata Steel, als om wat het kan betekenen voor de wereld.”



De waardeketen van verpakingsstaal



Progressieve merkeigenaren:

Ontwikkel gedifferentieerde blikjes om te concurreren met andere verpakkingsmaterialen

- 1 Differentiatie in vorm, design en opdruk
- 2 Flexibiliteit - relatief kleine volumes
- 3 Focus op vertoning in het schap
- 4 Samenwerkingen
- 5 Competitie - concurrerende materialen

Conservatieve blik producenten:

Optimaliseer bestaande blikjes om de kosten te verlagen

- 1 Standaardisatie in blik design
- 2 Stabiliteit - focus op grote volumes
- 3 Focus op blik kostenreductie
- 4 Interne optimalisatie
- 5 Competitie - andere staalleveranciers

Intensieve samenwerking tussen merkeigenaren is nodig om de beslissing over het verpakkingsmateriaal te beïnvloeden.



Contact

Tata Steel werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds.
Neem voor meer informatie contact op met Suzanne Goedhart-Limmen via suzanne@topofminds.com



SUZANNE GOEDHART-LIMMEN

Senior Consultant Top of Minds Digital Executives
suzanne@topofminds.com