



#VACATURE

CORPORATE VENTURING MANAGER



WERELDHAVE

De opkomst van e-commerce en de versnippering van het offline winkelaanbod hebben het traditionele winkellandschap drastisch verstoord. Commercieel vastgoedbeheerder Wereldhave heeft als missie deze uitdagingen om te zetten in een nieuwe, glansrijke en duurzame toekomst voor het offline winkelen. Tegelijkertijd hebben consumenten een steeds grotere behoefte om ontzorgd te worden en elkaar buiten de deur te ontmoeten.

De Corporate Venturing Manager speelt hierin een cruciale rol. Hij/zij is verantwoordelijk voor het creëren en implementeren van revolutionaire proposities voor winkelcentra. Daarbij staan de customer journey en de potentiële maatschappelijke rol van winkelcentra centraal. De mogelijkheden gaan daarom veel verder dan winkelen alleen.

OVER WERELDHAVE

Als beursgenoteerd bedrijf dat internationaal locaties voor offline winkels beheert, heeft Wereldhave te maken met drie groepen stakeholders. Dit zijn de investeerders en aandeelhouders; de bedrijven die winkelruimte exploiteren; en de consumenten die de winkelcentra bezoeken. De relaties tussen Wereldhave en haar klanten zijn zowel B2B als B2C. Dat maakt deze business complex en creëert tegelijk mogelijkheden.

De grote uitdaging binnen deze markt is relevant te blijven voor consumenten. De concurrentie is immers extreem, door e-commerce én door de opkomst van nieuwe offline mogelijkheden (supermarkten op stations, winkels in kantoorgebouwen). Wereldhave wil het offline winkelen opnieuw uitvinden. Daarbij zet Wereldhave volledig in op de behoeften van de consument en de (lokale) maatschappij. De bezoeker moet niet alleen worden bediend in de hoedanigheid van klant, maar ook als buurtbewoner, recreant, levensgenieter. Maatschappelijke trends, zoals vergrijzing, het streven naar duurzaamheid, en culturele ontwikkelingen moeten worden meegenomen in het vormgeven van de nieuwe customer journey. Daarbij is de ambitie dat de winkelcentra van Wereldhave een centrale, sociale en kleurrijke functie in de buurt gaan vervullen. Zo wordt de commerciële én maatschappelijke potentie van winkelcentra benut, en waarborgt Wereldhave de loyaliteit van consumenten.

HET CUSTOMER JOURNEY TEAM

Wereldhave heeft een nadrukkelijk top-down mandaat om een nieuwe customer journey-strategie vorm te geven.

Het Customer Journey Team werkt met onder andere Business Development Managers en Scrum-specialisten. Voor de portfolio's in Nederland, België en Frankrijk ontwerpt en test dit team ideeën die de customer journey moeten optimaliseren. Hoewel de customer journey in winkelcentra in eerste instantie offline is, spelen de mogelijkheden van e-commerce hierin een belangrijke rol.



Binnen dit team staan visie, creativiteit, en het geloof in disruptieve kansen voor het offline winkellandschap centraal. Het team houdt zich nu voornamelijk bezig met Customer Journey 1.0: het verbeteren van de bestaande voorzieningen binnen de customer journey. Een cruciaal volgend hoofdstuk is de Customer Journey 2.0: het zodanig vernieuwen van de customer journey dat nieuwe waarde wordt toegevoegd aan de bestaande en bekende klantervaring. Dit draait om winkelen, maar ook om plezier, sociale interactie, gezondheid en vrijetijdsbesteding. Daartoe worden nieuwe concepten en ventures opgezet.

Het Customer Journey Team vervult de rol van incubator bij Wereldhave. The sky is the limit - want traditionele paden zijn niet toereikend om dit vraagstuk op te lossen.



WERELDHAVE

#VACANCY

CORPORATE VENTURING MANAGER

De Corporate Venturing Manager speelt een centrale rol in de nieuwe customer journey-strategie. Daarmee is zijn of haar werk cruciaal voor het succes van Wereldhave als bedrijf.

De Corporate Venturing Manager bedenkt, ontwikkelt, en implementeert activiteiten die de traditionele customer journey omturnen naar een geheel nieuwe ervaring. De impact op Wereldhave, winkeliers en buurtbewoners is enorm bij deze functie – evenals de vrijheid in het invullen van de rol, en de learning curve die de kandidaat kan verwachten. Een creatieve ex-strategieconsultant of een slimme professional met corporate achtergrond, kan in deze functie uitgroeien tot ervaren venturing specialist en sector-expert.

CREATIEF, ANALYTISCH EN AUTONOOM

Voor deze rol is een analytische en ondernemende instelling belangrijk, gecombineerd met creativiteit, ambitie, autonomie en lef.

De Corporate Venturing Manager weet wat het is om ownership over een project te hebben. Hij/zij heeft de ambitie een concept van A tot Z te creëren en implementeren. De Corporate Venturing Manager wordt enthousiast van de combinatie van high level strategisch denken en hands on implementatie.

De diverse, uitdagende aspecten van de rol en de vrijheid bij het invullen hiervan – het bedenken van een winnend concept, het opstellen van een sterke business case, het ontwerpen en uitrollen van een succesvolle implementatiestrategie – geven de Corporate Venturing Manager energie.



FOCUS OP STRATEGIE, PROGRAM MANAGEMENT OF IMPLEMENTATIE

Binnen de functie van Corporate Venturing Manager bestaan vijf vacatures. Een ervan leidt het Program Management Office voor de implementatie en overziet het complexe samenspel van transformatieprojecten. De overige vier zijn verdeeld over twee implementatie projectleiders met een focus op executie en twee functies gericht op strategieontwikkeling.

Mogelijke standplaatsen zijn Schiphol, Antwerpen, Brussel en Parijs.

ERVARING

Kandidaten voor deze vacatures hebben werkervaring op Projectleider niveau in strategy consulting of als Program Manager voor grotere transformatieprojecten binnen een corporate.

Er is veel ruimte voor, en dus ook vraag naar, creativiteit en autonomie. Omdat de disruptie van een traditionele sector centraal staat komt een gezonde dosis lef ook goed van pas.

PERSOONLIJKHEID

- Analytisch en strategisch
- Ondernemend en creatief
- Leergierig
- Autonoom denker en doener



CONTACT



AUKE BIJNSDORP

Managing Partner Top of Minds Group

auke@topofminds.com