



#VACATURE

BODY&FIT[®]

E-COMMERCE MANAGER NEDERLAND

Gewetensvraag: eet je liever een Snickers of een Smart Bar? Bij Body & Fit is de kans groot dat die Snickers onaangeroerd blijft liggen. Het doel: Europees marktleider worden op het gebied van voedingssupplementen, sportvoeding en een gezonde levensstijl. Het bedrijf is op zoek naar een nieuwe E-commerce Manager om daar een leidende rol in te spelen.

OVER BODY & FIT

Eerlijk is eerlijk, het leeuwendeel van de werknemers van de online health & lifestyle shop in gezonde voedings- en sportsupplementen is 'fit' te noemen. Op het hoofdkantoor in Heerenveen werken zo'n 200 mensen, waarvan het grootste deel een bepaalde affiniteit met sport, fitness en gezonde voeding heeft. Geen paniek: het is geen vereiste om er te mogen werken en als je liever niet met het bedrijfsteam meedoet aan de MudMasters, is dat helemaal prima. Zo lekker nuchter is het van oorsprong Friese bedrijf dan ook wel weer.

Naast nuchter, is Body & Fit ook onverminderd ambitieus. Wat in 1995 begon als bescheiden start-up, is vandaag de dag een gezond, goedlopend e-commerce bedrijf. De website trekt meer dan 1 miljoen unieke bezoekers per maand. Dat die bezoekers nagenoeg allemaal tevreden zijn met het door hen gekochte product, weten ze door de hoge, afgelopen jaar ingevoerde, NPS score. Samen Vendis heeft het bedrijf een heldere roadmap uitgestippeld om de ambitieuze doelstellingen te verwezenlijken.

VAN BODYBUILDERS NAAR HEALTHY SNACKERS

Sinds 2017 is Body & Fit onderdeel van het grote, Ierse concern Glanbia, waarmee de doelstelling om marktleider in Europa te worden steeds meer gestalte krijgt. De roadmap voor internationale expansie ligt klaar: in Duitsland, Frankrijk en Groot-Brittannië worden al grote stappen in die richting gezet.

Daarnaast is ook sprake van een verschuiving van de belangrijkste doelgroep. Waar Body & Fit zich voorheen met name richtte op fanatieke bodybuilders, worden de pijlers vanaf nu gericht op de meer 'gewone' fitte mens: die van gezond leven en gezonde voeding houdt, zonder gelijk een diehard te zijn. Juist ja, mensen die een Snickers met liefde inruilen voor een Smart Bar.



SNELGROEIENDE, GEFRAGMENTEERDE MARKT MET HEEL VEEL KANSEN

De markt waar Body & Fit in opereert is naast zeer snelgroeiend, ook gefragmenteerd te noemen. Het zijn veelal kleine spelers die allemaal een eigen website in de lucht houden, en traditionele vitaminewinkels die langzaam maar zeker de vertaalslag naar e-commerce (moeten) maken. De verwachting is dat deze de komende jaren allemaal het veld zullen ruimen, en slechts een paar grote Europese spelers blijven staan, of nieuw ten tonele verschijnen. Body & Fit is vastbesloten een van deze grote spelers te zijn. Gezonde voeding, en sportvoeding in het bijzonder, is steeds meer een vast gegeven van onze maatschappij en lifestyle geworden. Nederland geldt als voorloper in de markt; het is niet voor niets dat steeds meer grote Europese spelers zich richting Nederland begeben.

IEDEREEN IN DE STARTBLOKKEN

Body & Fit staat aan het begin van een nieuw tijdperk. Praktisch overal zijn mogelijkheden voor groei - het kan aan alle kanten sneller, groter en vaak ook beter. De medewerkers staan allemaal in de startblokken, klaar om te sprinten, maar dan wel met een solide lange-termijnvisie. Doorgroeimogelijkheden zijn er zeker; hiërarchie aanzienlijk minder - iedereen zegt gewoon 'je' en 'jij', loopt er casual bij en er wordt regelmatig een potje tafelvoetbal gespeeld. De muren in het pand staan er vooral om bouwkundige redenen; ze willen liever niet dat het plafond naar beneden komt.

GEEN PRIJSVECHTER, WEL DE BESTE PRIJS-KWALITEITVERHOUDING

De kracht van Body & Fit: constante ontwikkeling, innovatie en uitbreiding van het assortiment. De ultieme prijsvechter hoeven ze niet per se te zijn - liever niet zelfs - maar wel de plek waar je de beste prijs-kwaliteitverhouding krijgt. Plus: oprecht, kundig advies. Dat is misschien wel het grootste verschil tussen Body & Fit en veel van haar concurrenten: naast hoogkwalitatieve producten, staan bij Body & Fit ook talloze personal trainers, voedingsdeskundigen, hardlooptkampions en andere experts klaar om klanten van allerleihande advies te voorzien. Het bedrijf is er niet alleen voor de beste proteïneproducten voor een goede prijs, maar ook om je te helpen je doel - afvallen, gezonder leven, fit worden, bodybuilder worden - te bereiken. Niet alleen als verkoper, maar ook als adviseur, coach en inspirator.



#VACATURE

E-COMMERCE MANAGER

MEER TRAFFIC, MEER CONVERSIE EN EEN VOLLER MANDJE

De nieuwe E-commerce Manager denkt, droomt en doet alles digital. Daarbij zijn drie KPI's leidend: 1) traffic genereren; 2) die traffic ombuigen tot conversie en 3) de gemiddelde orderwaarde laten toenemen. Simpel gezegd: méér klanten aanspreken die méér kopen. Daar valt voor de Nederlandse markt veruit de grootste winst te behalen.

Want hoewel het aantal klanten gestaag groeit, kan dat nog veel harder, daar zijn ze bij Body & Fit van overtuigd. Zetten we wel de juiste kanalen in om onze nieuwe doelgroep te bereiken? Op welke trefwoorden zetten we nu in, en zijn dat volgens Google Analytics wel de meest kansrijke? Werken we eigenlijk wel met de juiste influencers? Bieden we wel de juiste producten en hoe zorgen we ervoor dat klanten hun virtuele winkelmandje tot de nok vullen? Aan de E-commerce Manager om op al deze - en meer - vragen de juiste antwoorden

te presenteren. Door de focus vol op de klant, innovatie en internationale expansie te richten, is de ambitie om de omzet in drie jaar te verdubbelen.

MET DE POTEN IN DE DIGITALE KLEI

Daarbij is alleen ervaring hebben met Google Analytics, SEO en SEA niet afdoende; de E-commerce Manager moet zelf echt met de spreekwoordelijke poten in de technologische klei gestaan hebben. Lees: zelf feilloos de weg weten op Google Analytics, kritisch kunnen kijken naar zoekwoordvolume, en dat naadloos weten te vertalen naar een gerichte digitale propositie. De ideale kandidaat is een allrounder die zowel in een tekst als bij een influencer de juiste toon weet te raken.

SPIERBALLEN LATEN ZIEN

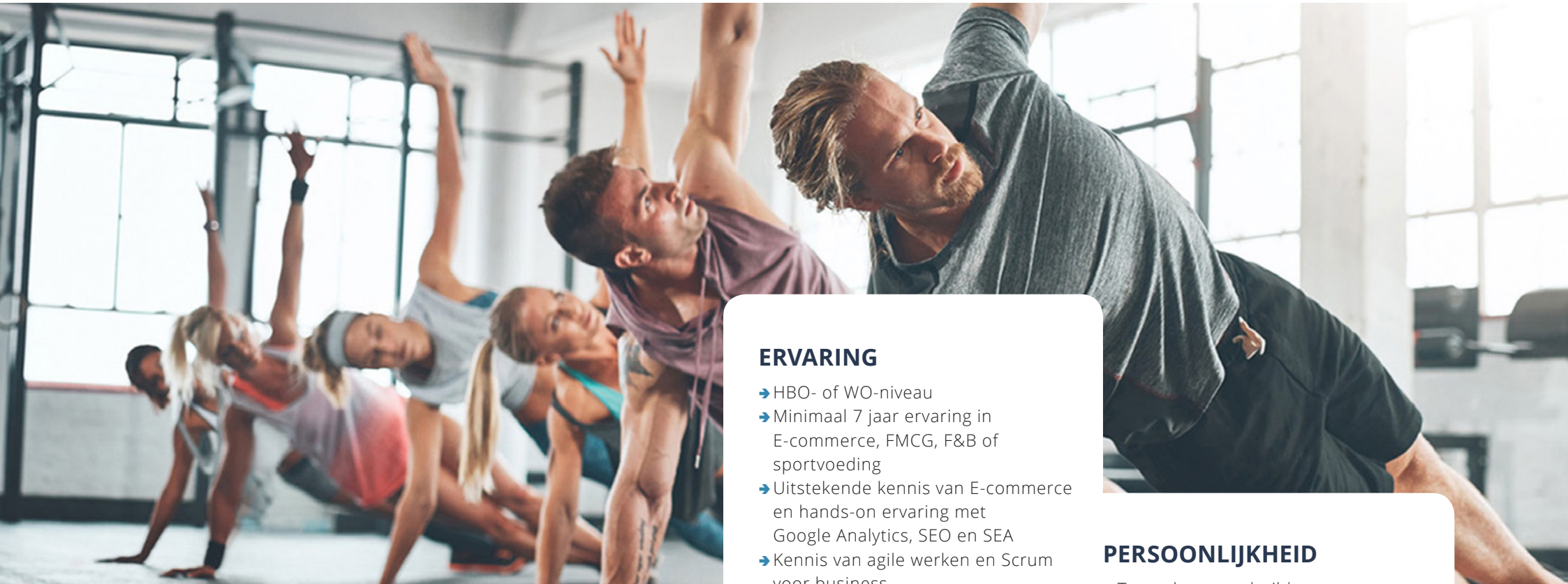
Over die toon gesproken: indien nodig, mag die best ferm zijn. De E-commerce Manager vormt samen met de language specialist en merchandiser het Benelux team, dat nauw samenwerkt

met en professioneel mediabureau. Want als de E-commerce Manager - op basis van data, uiteraard - van mening is dat de marketing anders aangevlogen zou moeten worden, affiliates anders ingericht of andere zoekwoorden ingekocht of andere influencers benaderd moeten worden, moet hij/zij vooral niet bang zijn (beginnende) spierballen te laten zien.

De E-commerce Manager rapporteert direct aan Gilles Holl, Head of Trade. Doorgroeimogelijkheden zijn er in het bedrijf volop. Zoals gezegd hoeft je zeker geen topatleet te zijn om het bij Body & Fit naar je zin te hebben, maar affiniteit met sport is wel een pre. Ook als je af en toe stiekem een Snickers eet.



KANDIDAATSPROFIEL



ERVARING

- ➔ HBO- of WO-niveau
- ➔ Minimaal 7 jaar ervaring in E-commerce, FMCG, F&B of sportvoeding
- ➔ Uitstekende kennis van E-commerce en hands-on ervaring met Google Analytics, SEO en SEA
- ➔ Kennis van agile werken en Scrum voor business
- ➔ Goede beheersing van de Engelse taal is een must
- ➔ Ervaring met dynamic pricing software is een voordeel
- ➔ Gewend te werken met budgetten en daar verantwoording over af te leggen

PERSOONLIJKHEID

- ➔ Teamplayer- en builder
- ➔ Verbinder
- ➔ Assertief
- ➔ Analytisch en communicatief sterk
- ➔ Data- en resultaatgedreven
- ➔ Commerciële mindset
- ➔ Open voor continue verandering



HEERENVEEN/AMSTERDAM



E-COMMERCE



CONTACT



JANKO KLAIJSEN

Founding Partner at Top of Minds Digital Executives
janko@topofminds.com