



#VACATURE

THE
NEXT
CLOSET
.com

ONLINE MARKETING MANAGER

Het succesverhaal van The Next Closet begint bij twee jonge ondernemers met een missie. Founders Thalita van Ogtrop en Lieke Pijpers startte in 2013 The Next Closet: de duurzame marktplaats voor tweedehands designerkleding. Met het platform willen de ondernemers een positieve impact hebben op de zeer vervuilende mode-industrie. Hun boodschap: investeer in kwaliteit en geef je kleding een tweede leven. Inmiddels zijn duizenden designerpronkstukken naar een gelukkige nieuwe eigenaar gegaan, en staat de volgende stip op de horizon: marktleider worden in de Benelux. Om dat doel te bereiken is er voor de nieuwe Online Marketing Manager een cruciale rol weggelegd.

#INTERVIEW

LIEKE PIJPERS &
THALITA VAN OGTROP

FOUNDERS VAN THE NEXT CLOSET

The Next Closet is een veelbelovende scale-up met een hip kantoor aan de Bilderdijkstraat in Amsterdam. Wanneer Michael Roosendaal van Top of Minds op bezoek gaat om de vacature voor COO te bespreken, krijgt hij een stuk red-velvet-cake bij de thee. Zelf gebakken. Maar laat je niet misleiden: “Wij zijn géén vintage boetiekje,” aldus de Founding Partners van The Next Closet, “we zijn een tech-platform.”

“Ik kijk af en toe even op mijn telefoon,” waarschuwt Lieke Pijpers, oprichter van The Next Closet, “want ik kan elk moment bericht krijgen over een investering.” Haar compagnon Thalita van Ogtrop voegt toe: “Het gaat om een behoorlijk grote kapitaalinjectie, dus als het doorgaat halen we meteen de champagne uit de koelkast.”

Het begon met een rally

Pijpers is een ingenieur uit Delft, Van Ogtrop haalde haar Master International Business & Law aan de University of Sydney. Ze leerden elkaar kennen bij hun eerste werkgever, een cradle-to-cradle designstudio in Amsterdam. Van Ogtrop: “Lieke was daar Strategic Product Designer, en ik deed business development. Duurzaamheid was voor ons allebei een belangrijke drijfveer en het klikte meteen.” Samen besloten ze in hun vrije tijd de grootste elektrische rally van Europa te organiseren. “Om aandacht te vragen voor elektrisch rijden in het bedrijfsleven. Dat trok zoveel aandacht van BN-ers, sponsors, CEO’s en zelfs politici, dat we een serieus budget verzamelden en de kans kregen om daar echt iets mee te bereiken. Eigenlijk hielden we geen tijd over voor een gewone baan ernaast. Daarom besloten we om samen een duurzaam evenementenbureau te beginnen.”

LIEKE PIJPERS
FOUNDER VAN THE NEXT CLOSET

Van duurzame campagnes naar duurzaam ondernemen

Met evenementenbureau Professional Passionates bouwden ze al gauw een mooi portfolio op. Toch was het duo niet tevreden. Van Ogtrop: “We deden telkens campagnes voor anderen, dus iedere keer moesten we weer opnieuw beginnen. Vanuit bedrijfskundig perspectief is dat niet duurzaam. Daarom besloten we voor de verandering een project te starten dat een blijvende impact genereert.”

Crowdfunding vanuit een antikraak schoolgebouw

De keuze viel op de textielsector, een van de meest vervuilende industrieën ter wereld. Pijpers en Van Ogtrop gingen de strijd aan met de fast fashion-trend door middel van een glamorous maar duurzaam platform voor tweedehands designerkleding.

Pijpers: “In de zomer van 2013 trokken we ons terug in een antikraak schoolgebouw om het businessplan te ontwikkelen en te testen. De eerste pilot was een eenvoudige website met slechts honderd items van verschillende designers. Op dat moment boden we alleen de premium-dienst aan: een totaalpakket van fotoshoot, omschrijving, verzending en financiële afhandeling. We hadden een eigen fotostudio in ons kantoor, dus er werd voortdurend om ons heen geflitst. Wel fijn dat we daar nu een aparte ruimte voor hebben.”

Van Ogtrop: “Op dat moment waren de belangrijkste vragen: Is er genoeg high-end fashion beschikbaar in Nederland? Willen mensen dat (door) verkopen? Dat hebben we met de premium-pilot bewezen.



THALITA VAN OGTROP
FOUNDER VAN THE NEXT CLOSET

Maar om echt schaalbaar te zijn en dus een verschil te kunnen maken, moest het natuurlijk een peer-to-peer platform worden. Om dat mogelijk te maken zijn we een crowdfunding campagne gestart. Dat valideerde de businesscase en leverde ook direct ambassadeurs op.”

Een wolf in schaapskleren

Voor de campagne kozen ze voor oneplanetcrowd.com, een platform voor sociale en duurzame ondernemingen. “We vielen wel uit de toon,” Van Ogtrop lacht, “met onze lakleren naaldhakken tussen de foto’s van duurzaamheids clichés. Maar het is heel eenvoudig: de missie is de modewereld verduurzamen. Dus met een geitenwollensokkenimago ga je niet de juiste doelgroep bereiken. We have to beat them at their own game. Daarom heeft The Next Closet juist zo’n gelikte uitstraling. We zijn een wolf in schaapskleren.”

Tweedhandskleding moet mainstream worden

Pijpers: “Er zijn ruim 16.000 items verkocht, waarvan het merendeel dit jaar. Dat zijn 16.000 overwinningen op de fast-fashion-industrie. Daarmee is ruim 6.000 kg textiel bespaard en, om maar een zijstraat te benoemen, meer dan een miljoen badkuipen aan afvalwater.” Dat de start-up hard groeit valt niet te betwisten. Afgelopen jaar is het aantal verkopen verdriedubbeld, in 2017 nam het aantal verkopen ieder kwartaal zelfs met 50% toe. “We zijn van plan uit te breiden naar andere categorieën als Herenkleding, Kinderkleding en Meubels. En nieuwe landen. Daar hebben we het ook met de investeerders over gehad.” Pijpers kijkt nog maar eens op haar telefoon en glimlacht. “Hiervoor komt er volgend jaar nog een investeringsronde aan. Daar zal de COO die we nu zoeken ook een belangrijke rol in nemen.”

Sustainability: pas iets bouwen als je het nodig hebt

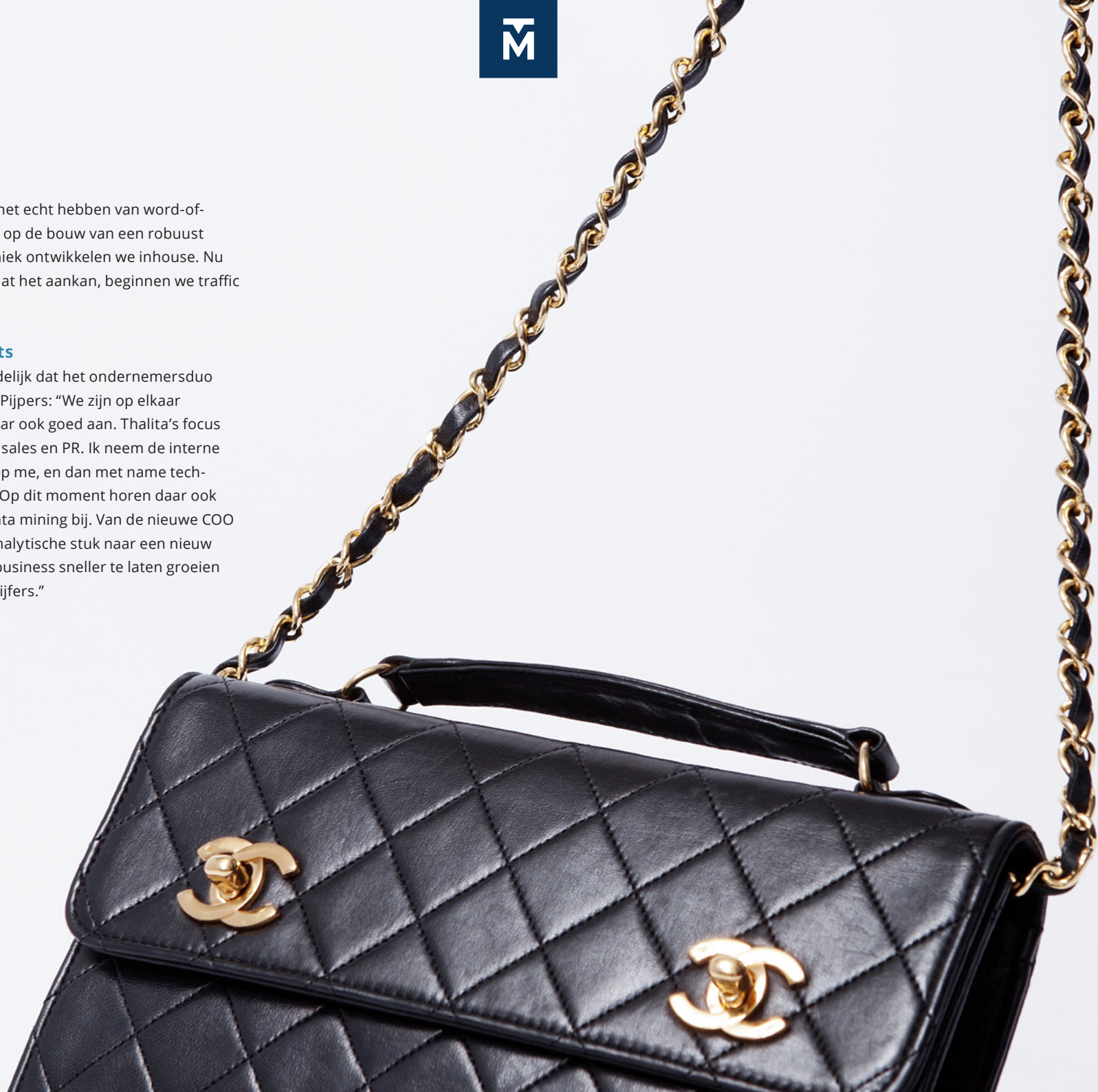
De business is lean opgebouwd, en problemen worden opgelost wanneer ze zich voordoen. Van Ogtrop: “We cureren en staan garant voor de kwaliteit. Om die garantie te kunnen bieden loopt de financiële afhandeling via ons. Vorig jaar ging het aantal orders door het plafond, dus toen moesten we snel het betaalsysteem automatiseren. Daarvoor deden we alles gewoon met de hand met een ABN e.identifier.” Dat de groeicurve zo’n vlucht heeft genomen, komt vooral door online marketing en slimme growth-hack-experimenten.

“Tot die tijd moesten we het echt hebben van word-of-mouth, en lag onze focus op de bouw van een robuust platform. Want alle techniek ontwikkelen we inhouse. Nu er een framework staat dat het aankan, beginnen we traffic op te voeren.”

Een team van experts

Uit het gesprek blijkt duidelijk dat het ondernemersduo al acht jaar samenwerkt. Pijpers: “We zijn op elkaar ingespeeld en vullen elkaar ook goed aan. Thalita’s focus is extern, dus marketing, sales en PR. Ik neem de interne verantwoordelijkheden op me, en dan met name tech- en productontwikkeling. Op dit moment horen daar ook finance, operations en data mining bij. Van de nieuwe COO verwacht ik dat die het analytische stuk naar een nieuw level brengt en helpt de business sneller te laten groeien op basis van de data en cijfers.”

tekst: Deborah Klaassen



SCALE-UP MET EEN MISSIE



The Next Closet is bedrijf met een missie. Het schoolvoorbeeld van een bedrijf waar purpose & profit perfect samengaan en elkaar versterken. De succesvolle scale-up is in 2013 opgericht door Lieke Pijpers en Thalita Van Ogtrop. Samen startten zij de Next Closet om een van de meest vervuilende industrieën ter wereld aan te pakken: textiel.

Dat doen ze met een duurzame marktplaats voor tweedehands designerkleding en accessoires. Verkopers kunnen kiezen uit het premiumpakket (waarbij fotoshoot, beschrijving, online marketing, verzending en financiële afhandeling uit handen worden genomen) en de doe-het-zelf-service. Maar ook in het laatste geval treedt The Next Closet op als curator, zodat het platform alleen hoge kwaliteit kleding van topdesigners aanbiedt.

De interessante propositie is ook investeerders niet ontgaan. Doormiddel van crowdfunding maakte het bedrijf een vliegende start en haalde vervolgens in totaal 2,5 miljoen aan investeringen op. Met die investering is het team uitgebreid en er is stevig geïnvesteerd in het ontwikkelen van een technisch sterk platform. Die staat inmiddels, net als een stabiele customer base. Het perfecte fundament voor de volgende fase: opschalen en professionaliseren. Het doel? Zo snel mogelijk het grootste used-fashion platform in de Benelux te worden.

NEXT LEVEL MARKETING

Het verhaal van The Next Closet verspreide zich als een lopend vuurtje door de wereld van fashionista's. Maar naast inzet van slimme PR en word-of-mouth reclame heeft het bedrijf ook sterk ingezet op online marketing. Want om een succesvolle online marktplaats te worden moeten klanten je niet alleen leren kennen maar ook begrijpen waar je voor staat én terugkomen. Doormiddel van o.a. slimme Growth Marketing campagnes wist The Next Closet de juiste doelgroep te activeren. En zo bouwde het bedrijf snel een grote naamsbekendheid en customer base op in grote steden in Nederland en België.

Diezelfde customer base blijft via goed afgestemde retention marketing terugkomen naar de webshop en wordt getriggert om naast koper ook verkoper te worden op het platform. En dat werkt: het aantal verkopen is in het laatste jaar met 300% gegroeid. Als gevolg van die snelle groei verschuift in de marketingstrategie de focus steeds meer richting doelgroepsegementatie, verhoging van Lifetime Value en verlaging van Customer Acquisition Costs: drie belangrijke speerpunten van de nieuwe Online Marketing Manager.



#VACATURE

ONLINE MARKETING MANAGER

De customer base van The Next Closet is de afgelopen jaren sterk gegroeid en met diverse Customer Insight tools is er veel klantdata verzameld. De Online Marketing Manager duikt in die data om te achterhalen wie de klanten zijn en hoe zij zich gedragen in diverse kanalen en touchpoints. Op basis van nieuwe inzichten optimaliseert hij/zij zowel de customer journey als conversie rate op het platform en bepaalt voor ieder type klant de beste strategie om hen te benaderen en activeren als koper en verkoper.

En The Next Closet is nog lang niet uitgegroeid, dus dat betekent dat de Online Marketing Manager zich ook richt op het aantrekken van nieuwe klanten in Nederland en België en het reactiveren van inactieve leden. Daarvoor allocceert hij/zij het marketingbudget in diverse kanalen en is daarvoor eindverantwoordelijk. Voor de uitvoer van de online marketingstrategie zet de Online Marketing Manager een aantal freelancers in, waaronder een Social-, Adwords- en Data Specialist. Indien nodig kan de Online Marketing Manager dit team uitbreiden om het optimaal aan te laten sluiten op de ingezette strategie. In het vormgeven van de creatieve en innovatieve multi-channel campagnes schakelt de Online Marketing Manager met de Marketing & Communication Manager die de content aanlevert. Hij/zij rapporteert direct aan co-Founder en CEO Thalita van Ogtrop.

TEAM

Vanuit een prachtig pand aan de Bilderdijkstraat in hartje Amsterdam werkt het jonge en hechte team hard aan de missie van The Next Closet: een positieve impact hebben op de vervuilende mode-industrie en zo hun steentje bijdragen aan een betere wereld.

#VACATURE

KANDIDAATSPROFIEL

ACHTERGROND

Ervaring

- Minimaal 3 jaar ervaring als allround online marketeer op zowel strategisch als operationeel niveau
- Minimaal HBO opgeleid
- Ervaring met het runnen van grootschalige multichannel campagnes en het uitvoeren van A/B testen met als doel het verhogen van de Life Time Value van members
- Ervaring met het inzetten van tools als Google Adwords, Doubleclick, Analytics, Mixpanel & Hotjar
- Ervaring als online marketeer in het opzetten van een internationale online marketplace is een pre

Persoonlijkheid

- Creatief
- Proactief
- Accuraat
- Analytisch
- Commercieel
- Teamplayer

CONTACT

The Next Closet werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds Digital Executives. Voor meer informatie of om te solliciteren, neem contact op met Vivian den Dekker, via viviandendekker@topofminds.com

