

Marketing

#VACATURE



BRAND LEAD

Unieke objecten voor iedereen toegankelijk maken: dat is de missie van Catawiki. Met 15 miljoen gebruikers die op het platform hun unieke objecten kopen en verkopen is Catawiki de snelst groeiende marktplaats van Europa.

De Brand Lead speelt een zichtbare rol in het verder uitbouwen van die groei door van Catawiki een ijzersterk merk te maken.





CATAWIKI: HOUDT VAN IEDER UNIEK MENS EN OBJECT

Het kleinste boek ter wereld, die ene edelsteen, een deel van een T. Rex skelet of een stukje van de maan: slechts een greep uit de unieke objecten die op Catawiki te vinden zijn. Het platform met authentieke en bijzondere objecten is in vijf jaar tijd uitgegroeid tot de meest geliefde marktplaats van menig hobbyist, verzamelaar en liefhebber van authentieke objecten.

De succesvolle scale-up met Nederlandse 'roots' is in 2008 opgericht als online platform voor verzamelaars. In 2011 startte het platform met online veilingen en maakte daarmee unieke objecten voor iedereen beschikbaar – en dat bleek een schot in de roos. In korte tijd groeide het platform uit tot een van de grootste en snelst groeiende marktplaatsen van Europa. Het enorme aanbod wordt ondergebracht in vier grote Clusters: Luxury & Lifestyle, Home Decoration, Collectables en Mobility en ieder object wordt door experts gecheckt op waarde en echtheid: een service die veel potentiële kopers over de streep trekt.

Ondanks de enorme groei heeft Catawiki altijd haar start-up DNA behouden. Dat betekent dat snelheid, innovatie en continu 'raising the bar' in de organisatie centraal staan: een dynamiek die veel flexibiliteit van het team vereist. Een platte organisatiestructuur zorgt voor korte lijntjes tussen de 450 medewerkers. Samen werken zij hard aan de verdere groei van Catawiki en zorgen zij ervoor dat het platform

elke dag een beetje beter wordt.

EXPLOSIEVE GROEI

De zeer succesvolle programmatic marketingstrategie was een van de redenen waarom Catawiki een wereldwijd fenomeen werd. Het platform groeide explosief van start-up naar scale-up door via online kanalen feilloos de juiste potentiële gebruikers te identificeren, benaderen én (re)activeren. In 2018 is voor Catawiki een nieuwe periode aangebroken waarin een sterke brand engine naast de programmatic engine wordt gezet.

Daarom zet het bedrijf nu sterk in op het bouwen van het merk Catawiki, zodat iedere consument met een eigen passie, verzamelaar en liefhebber van bijzondere spullen het platform kent, weet te vinden en gaat gebruiken. In deze nieuwe groeistrategie ligt een zichtbare sleutelrol weggelegd voor de Brand Lead die bepaalt waar Catawiki voor staat én dat vertaalt naar de organisatie en de markt. Een nieuwe positie die de succesvolle internationale scale-up naar de volgende groeifase leidt.

#VACATURE

BRAND LEAD

De Brand Lead zorgt dat iedere potentiële klant Catawiki kent, weet waar het voor staat en wat het platform doet. Zodat niet alleen de fanatieke verzamelaar het platform weet te vinden, maar ook de interieur fanaat op zoek naar moderne kunst én de fashionista die speurt naar een bijzondere vintage outfit of Rolex horloge uit 1968.

Om Catawiki ook bij hen top-of-mind te maken ontwikkelt de Brand Lead een onmiskenbare brand identity. Samen met diverse in- en externe partijen werkt hij/zij aan het vormgeven van een sterk merk én merkverhaal. Daarbij bouwt de Brand Lead voort op de basis die er al staat en maakt intensief gebruik van het beste dat een digital platform te bieden heeft: data. Hij/zij zet data centraal in het bepalen van het juiste merkelofte, het optimaliseren van de campagnes en het meten van succes. Zo verzamelt de Brand Lead inzichten uit de huidige Nederlandse campagne en vertaalt het naar verbeterlagen voor de expansie naar Frankrijk, Spanje, Duitsland en Italië.

De Brand Lead vertaalt de nieuwe merkpropositie naar tactisch en operationeel niveau en stuurt voor de activatie een team van drie marketeers aan. Samen met hen ontwikkelt de Brand Lead grootschalige 360-graden campagnes en zorgt voor uniformiteit in alle uitingen. Daarbij richt de Brand Lead zich op het succesvol inzetten van

PR en influencers, om met de juiste verhalen de juiste doelgroep te bereiken. Tevens zoekt de Brand Lead continu naar synergie met de online marketingstrategie zodat de brand- en programmatic campagnes elkaar optimaal versterken.

Verder draagt de Brand Lead het nieuwe merk binnen de organisatie uit als evangelist. Hij/zij krijgt de juiste stakeholders mee in het verwerken van de nieuwe identity in de volledige Catawiki operatie. Daarbij richt de Brand Lead zich op alle processen, van customer service tot de visitekaartjes en is actief betrokken de redesign van het platform. Hij stuurt aan op een meer inspiratieve website en vertaalt het nieuwe merk naar de juiste user experience en tone of voice. De Brand Lead initieert en leidt diverse projectteams om deze merkintegratie vorm te geven en werkt daarbij intensief samen met verschillende teams binnen Catawiki. De Brand Lead rapporteert direct aan Jarron Jannink, Head of Brand Marketing.





KANDIDAATSPROFIEL

De Brand Lead is een ondernemende en gedreven merkenbouwer, die in- en externe stakeholders weet te inspireren met het verhaal van Catawiki. Hij/zij bouwt hands-on een sterke marketing-driven organisatie en richt hiervoor de nodige processen en structuren in. De Brand Lead weet de marketingagenda succesvol uit te rollen door continu de juiste mensen mee te krijgen.

ERVARING

- ➔ WO-opgeleid
- ➔ Minimaal 7 jaar ervaring met een brede marketing/brand building scope, idealiter binnen zowel een FMCG partij als digitale start-up
- ➔ Sterk in het opzetten van structuren en processen

PERSOONLIJKHEID

- ➔ Proactief
- ➔ Communicatief sterk
- ➔ Gestructureerd
- ➔ Analytisch
- ➔ Resultaatgericht
- ➔ Energiek



AMSTERDAM



CONTACT



JANKO KLAEIJSEN

Founding Partner at Top of Minds Digital Executives

janko@topofminds.com