



#VACATURE

wehkamp

HEAD OF CUSTOMER INTELLIGENCE

In de komende drie jaar 500.000 nieuwe klanten. Dat is het ambitieuze doel van wehkamp. De Head of Customer Intelligence is cruciaal om die ambitie waar te maken.

E-commerce draait immers om het neerzetten van de allerbeste customer journey. Gewapend met klantdata van hoge kwaliteit en een uitstekend oog voor strategie, commercie en marketing, zet de Head of Customer Intelligence de klantervaring neer die zorgt voor de beoogde groeiversnelling.

NUMMER 1 IN ONLINE FASHION

Wehkamp is het grootste online fashionbedrijf van Nederland. De missie van de e-tailer is om het leven van gezinnen mooier en makkelijker te maken. Wehkamp beseft als geen ander dat het daarbij gaat om de ogenschijnlijk kleine en alledaagse momenten. Samen koffiedrinken, televisiekijken of relaxen in de tuin.

De kern van wehkamps propositie is Fashion & Lifestyle. Andere categorieën zijn: Wonen & Slapen, Tuin

& DIY, Keuken & Tafelen, Elektronica, Huishouden, Speelgoed, Sport, Baby en Mooi & Gezond. Wehkamps assortiment omvat zo'n 400.000 verschillende producten en 2.000 merken, van grote internationale brands tot lokale en exclusieve merken.

BEKROONDE PROPOSITIE

Dit jaar heeft wehkamp twee toonaangevende retailprijzen gewonnen. In maart won het bedrijf de Shopping Award in de categorie Home & Living en in september kreeg wehkamp, dankzij de stem van



“

“Het webwarenhuis heeft een mobile-first strategie ontwikkeld en focust op het gezin als doelgroep. Wehkamp laat zien deze groep goed te kennen. Daarnaast onderscheidt de e-tailer zich in assortiment, logistiek en levering: de bestelde bank staat morgen in huis.”

Juryrapport Shopping Awards



bijna 215.000 consumenten en 450 retailers, de Webshop Award 2018-2019 in de categorie damesmode.

DE KLANT VOOROP

Meer dan 2,7 miljoen vaste klanten, dagelijks zo'n 500.000 bezoekers en ruim 10 miljoen pakketten per jaar. Het zijn indrukwekkende cijfers. De basis van wehkamps succes is een uitstekend begrip van haar klanten. Dat zie je zowel terug in het assortiment als in de goed ontworpen customer journey; van rondneuzen op de site tot het afrekenen en bezorgen.

In alles wat wehkamp doet, staat de klant voorop. Data is daarbij het uitgangspunt. Dat geldt voor alle 900 medewerkers, die elke dag datagedreven aan een nog betere klantervaring werken. Daardoor is het bedrijf de laatste jaren snel gegroeid. De ambitie voor de komende jaren is om die groei te versnellen.

#VACATURE

HEAD OF CUSTOMER INTELLIGENCE

De Head of Customer Intelligence staat centraal in het verwezenlijken van de groeiambities. Hij/zij zet de customer journey neer die wehkamp in de komende drie jaar 500.000 nieuwe klanten moet opleveren, en die bestaande klanten nog meer engageert. De Head of Customer Intelligence werkt samen met alle afdelingen binnen wehkamp, zoals Buying & Sales, Marketing, Operations en Finance, om klantgedrag over de gehele customer journey inzichtelijk te maken en te verbeteren. Hij/zij rapporteert aan Chief Customer Officer Denny Haayen en werkt met hem en de andere bestuursleden om grote strategische klantvraagstukken analytisch op te lossen.

UITSTEKENDE KLANTDATA ALS STARTPUNT

De Head of Customer Intelligence leidt een team van acht econometristen. Het team analyseert klantgedrag, bijvoorbeeld: waar klikken klanten op, naar welke producten zoeken ze, wat bestellen ze en wat sturen ze terug. Voor die analyses is goede brondata beschikbaar. Technology en business

intelligence teams werken aan het verzamelen en ontsluiten van de benodigde gegevens, zodat het team van de Head of Customer Intelligence zich volledig kan richten op het maken van analyses en geen tijd kwijt is met prepareren en opschonen.

NEXT LEVEL CUSTOMER INTELLIGENCE

De uitdaging voor de Head of Customer Intelligence is om zijn/haar team naar een hoger niveau te brengen. Zo werkt het Customer Intelligence team nu veelal reactief: de organisatie vraagt om specifieke analyses op bepaalde onderdelen van de customer journey en het team levert die op. De Head of Customer Intelligence begeleidt zijn/haar team in de omslag naar een proactieve werkwijze: beginnen bij de strategische doelen van wehkamp en de integrale customer journey en van daaruit inzichten uit data genereren die echt het verschil maken. Hij/zij werkt vervolgens samen met andere afdelingen om de inzichten te vertalen naar concrete verbeteringen die de klantervaring een boost geven.

De Head of Customer Intelligence neemt



ook het voortouw in de ontwikkeling van voorspellende algoritmes, door gebruik van bijvoorbeeld statistical modeling, advanced analytics en machine learning. Met die state-of-the-art technieken is wehkamp nog beter in staat om de customer journey te personaliseren en te optimaliseren.

Naast de verantwoordelijkheid om grote stappen te maken met het Customer Intelligence team, heeft de Head of Customer



“We willen met elkaar de volgende stap zetten in klantgericht en datagedreven werken; in holistisch en crossfunctioneel naar de customer journey kijken. Daarbij willen we gebruik gaan maken van de nieuwste mogelijkheden op het gebied van data-analyse. Alles om onze klanten de best mogelijke ervaring te bieden. De Head of Customer Intelligence moet ons naar die volgende fase brengen.”

Denny Haayen, Chief Customer Officer

Intelligence ook een verantwoordelijkheid richting de hele organisatie. Hij/zij is dé expert op het gebied van analyses op klantgedrag, en verankert klantdenken en datagedreven werken nog steviger in de mindset van alle collega's.

OPEN EN ENERGIEKE CULTUUR

Wehkamps kantoor staat op een steenworp afstand van het mooie centrum van Zwolle. De sfeer op kantoor is dynamisch, energiek



“Het spreekt voor zich dat kwantitatief en analytisch vermogen een must zijn in deze functie. Daarbij combineert hij/zij die kwaliteiten met gevoel voor strategie, commercie en stakeholdermanagement. De Head of Customer Intelligence moet vol zelfvertrouwen strategisch analytische onderwerpen kunnen presenteren aan de raad van bestuur.”

Denny Haayen, Chief Customer Officer

en open. Het gaat puur om de goede ideeën en niet om wat er op je visitekaartje staat. De wehkampers komen zeker niet alleen uit Zwolle en omgeving. Het bedrijf is flexibel in het accommoderen van eenieders schema. Zo is de treinverbinding met Amsterdam goed, en horen thuiswerken, de spits mijden, of zo nu en dan een nachtje in Zwolle doorbrengen allemaal tot de mogelijkheden.

ERVARING

- Master/MBA met specialisatie in statistiek, toegepaste wiskunde, econometrie of aanverwant veld
- 10+ jaar werkervaring in digitale klantgedreven organisatie
- Managen van analytics teams
- Geavanceerde analysetechnieken, zoals clustering, decision trees, logistic regression en recommendation systems
- Kennis van digitale landschap





CONTACT



JANKO KLAIJSEN

Founding Partner at Top of Minds Digital Executives

janko@topofminds.com