



#VACATURE

Business Development

E-Commerce

FISKARS
◆
GROUP

E-BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER

Het van oorsprong Finse bedrijf Fiskars Group is eigenaar van verschillende premium lifestyle merken waaronder Iittala, Royal Copenhagen, Wedgwood en Royal Doulton. De missie luidt: 'making the everyday extraordinary'. In een zeer competitieve markt slaagt Fiskars er al jaren in om marktaandeel te winnen. De e-Business Development Manager is er om een effectief channel plan te ontwikkelen waarmee Fiskars de stijgende lijn onverminderd voortzet.



OVER FISKARS GROUP

Fiskars Group werd in 1649 opgericht in Fiskars, een klein dorp in Finland. Daarmee behoort het tot een van de oudste westerse bedrijven. De afgelopen eeuwen doorliep Fiskars diverse ontwikkelingen, naams- en koersveranderingen, om uit te groeien tot het toonaangevende, internationale bedrijf dat het vandaag de dag is.

Het hoofdkantoor van Fiskars Group staat in Helsinki en het bedrijf is genoteerd aan de Finse beurs – de Nasdaq OMX. Op het Nederlandse kantoor in Rotterdam – in Continentaal Europa verantwoordelijk voor de Living categorie van Fiskars – werken 25 mensen met een passie om mooie, functionele en duurzame producten te leveren aan de consument. Fiskars' Living portfolio bestaat uit verschillende premium merken – Iittala, Royal Copenhagen, Royal Doulton, Royal Albert, Wedgwood en Waterford – en is vooral verkrijgbaar bij high end retailers (De Bijenkorf, Printemps, KaDeWe, Galeries Lafayette), in eigen winkels en online (Westwing, Connox, fonQ). Het bedrijf groeit, en het eind van de stijgende curve is nog niet in zicht: met name internationaal liggen kansen om flink door te groeien.

#VACATURE

E-BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER

E-commerce speelt een belangrijke rol in de (toekomstige) groei van Fiskars. De e-Business Development Manager is verantwoordelijk voor Continentaal Europa, waar op dit moment het grootste deel van de online verkoop plaatsvindt in Nederland en Duitsland. Waarmee meteen een van de uitdagingen van de nieuwe e-Business Development Manager blootgelegd is: in de rest van de regio – met name in Zuid-Europa – valt nog een wereld te winnen. Met welke klanten moeten we gaan samenwerken, en hoe? Ook bestaande samenwerkingen worden onder de loep genomen: Wat kunnen we nog verbeteren en waar liggen de kansen?

De e-Business Development Manager rapporteert direct aan Emile van Oorschot, Regional Director Continental Europe. Tevens maakt hij/zij onderdeel uit van het Europese Commercial Leadership Team (CLT). Emile: 'Fiskars is een bedrijf waar men veel waarde

hecht aan een prettige werkomgeving, compliance en het binnenhalen én -houden van goede mensen. Trainingen, opleidingen en doorgroeimogelijkheden come with the job!'

STRATEGISCHE PARTNERSHIPS

De consumer journey is vastgesteld, gevalideerd en daarmee leidend voor het channel plan. Nu moet daar op het digitale vlak in Europa met state of the art tools invulling aan gegeven worden. Emile: 'Het premium-deel van de markt aanspreken, daar ligt de uitdaging. 'Hoe ga je mensen die vooralsnog niet geïnteresseerd zijn in deze categorie veranderen in consumenten die wél geïnteresseerd zijn? Feitelijk is iedereen een potentiële klant: iedereen heeft een bord en glas nodig, nietwaar?'

Nieuwe touchpoints genereren door strategische partnerships met (e-commerce) partners aan te gaan is lucratief, zoals onlangs ook gebeurde in een mooie samenwerking tussen littala en bloomon.



‘Welke impact gaan spelers als Amazon en AliBaba in de toekomst hebben? Hoe zorgen we ervoor dat onze merken ook op de lange termijn succesvol blijven? Het is aan de e-Business Development Manager om het antwoord op die vraag te formuleren.’

Wie bloemen bij bloomon kocht, kreeg er een prachtige littala-vaas bij. Emile: ‘De praktijk leert dat wie eenmaal zo’n mooie vaas op de eettafel heeft staan, er snel een littala-lamp bij wil.’

STRATEGISCH, COMMERCIEEL EN DIGITAAL STERK

De e-Business Development Manager is verantwoordelijk voor het volledige portfolio van de living-categorie van Fiskars en P&L-verantwoordelijk voor het hele kanaal. De ideale kandidaat is een internationaal georiënteerd persoon die op strategisch niveau kan denken, en tegelijkertijd het commerciële spel doorziet. Affiniteit met premium merken is een vereiste, net als een pragmatische, hands-on attitude. De rol is inhoudelijk tweeledig. Enerzijds fungeert de e-Business Development Manager als sales manager voor pure players; anderzijds speelt hij/zij een belangrijke rol in de capability building van het team in Rotterdam. Een team dat mede dankzij haar pioniersrol op de voet gevolgd wordt door het Finse hoofdkantoor.



KANDIDAATSPROFIEL ERVARING

- Master in Business of Management
- Minimaal 5 jaar ervaring in sales en projectmanagement in e-commerce van premium brand(s)
- Volledig begrip van de ins en outs van digital commerce
- Ervaring in internationale werkomgeving is een pre
- Vloeiend in Engels (in woord en geschrift) – beheersing van Duits, Nederlands en Frans is een pre



ROTTERDAM



CONTACT



JANKO KLAIJSEN

Founding Partner at Top of Minds Digital Executives

janko@topofminds.com