

#VACATURE

MARKETING



MARKETING LEAD LOW & NO ALCOHOL

Low & No Alcohol is voor Heineken Nederland dé
groeimarkt. Dat blijkt wel uit het succes van Heineken
0.0 en Amstel Radler. En er is nog veel meer mogelijk. De
ambitie is dat dit segment de komende jaren uitgroeit tot
30% van de business. Daarom wordt er een Marketing
Lead aangetrokken voor dit segment.

OVER HEINEKEN NEDERLAND

De Nederlandse multinational werd in 1864 opgericht in Amsterdam en heeft sindsdien een duidelijk stempel gezet op de stad Amsterdam en de Nederlandse maatschappij. Anno 2019 staat de rol die het bedrijf in de maatschappij heeft weer prominent op de agenda van de brouwer.

“Vroeger werd er in Nederland veel sterke drank gedronken. Heineken heeft de alcoholconsumptie teruggedrongen door het pilsje te promoten. En die beweging blazen we nieuw leven in met onze Low & No Alcohol range. Zo nemen we de verantwoordelijkheid voor de maatschappij.”

JOSEFIEN OLIJ, MARKETING
MANAGER LAGER EN LOW &
NO ALCOHOL

Heineken Nederland is in transitie. Twee jaar geleden is het Digital Acceleration Team opgericht; inmiddels is dit team één-derde van de Marketingafdeling. De overige twintig marketeers zijn sinds kort niet meer ingedeeld naar merk, maar naar segment: Lager (met name Amstel en Heineken); Low & No Alcohol (Heineken® 0.0, Amstel Radler, speciaalbier en meer); Craft (speciaalbier en cider); Variety (met name Desperados en Wieckse). Ook is de route-to-market voor het eerst in decennia drastisch veranderd om de producten sneller en effectiever bij de klant te krijgen. Er zijn geen heilige huisjes meer. Met een sterke businesscase is alles mogelijk bij Heineken Nederland. Een sterke onderbouwing is het uitgangspunt voor iedere verandering. Ook de succesvolle introductie van Heineken 0.0 in het voorjaar van 2017 was gebaseerd op marktinzichten.

OVER DE VACATURE

MARKETING LEAD LOW & NO ALCOHOL

Dit is een rol met een volledige marketing-scope: verantwoordelijk voor de groei van Heineken 0.0 en Radler, het ontwikkelen van baanbrekende innovaties en het aansturen van een Junior Brand Manager.

De lat ligt hoog. Op dit moment is Low & No Alcohol goed voor 10% van de business van Heineken Nederland en dat percentage moeten worden verdriedubbeld.

Aan die verwachtingen kan een Marketing Lead alleen voldoen door zowel analytisch als visionair te zijn. Marktdata en consumenteninzichten zijn cruciaal om de huidige groei van Heineken 0.0 en Amstel Radler voort te zetten. De Marketing Lead ontwikkelt de strategie-, communicatie- en mediaplannen voor deze productgroepen en stuurt een Junior Brand Manager aan voor de implementatie. Maar de ambities zijn vele malen groter dan wat met extrapolatie alleen bereikt

“Het is groei, groei, groei. Van business, van merken en van mensen. Als het aan jou ligt, zit straks iedereen aan de hopsoda, kombucha en andere natuurlijke alternatieven voor frisdrank.”

**JOSEFIEN OLIJ, MARKETING MANAGER
LAGER EN LOW & NO ALCOHOL**

kan worden. De Marketing Lead ontwikkelt daarom de visie waardoor het drinkpatroon van heel Nederland de komende jaren zal veranderen.

Het gaat niet alleen om nieuwe producten en nieuwe merken; samen met het innovatieteam zet de Marketing Lead hele nieuwe categorieën op de kaart binnen het segment Low & No Alcohol. En samen met Trade Marketing zorgt hij/zij dat de supermarkten bijbehorende schappen inrichten en Horeca en evenementen instappen op de trend. Kortom, het is een rol met grote impact – niet alleen binnen Heineken, maar op de hele maatschappij.

KANDIDAATSPROFIEL

ERVARING

- Senior marketing achtergrond
- Innovatieve branding omgeving
- Bij voorkeur FMCG

COMPETENTIES

- Innovatief denken & visie ontwikkelen
- Enthousiasmeren & overtuigingskracht
- Analytisch met commerciële drive
- Initiatief



ZOETERWOUDE /
LEIDEN /
AMSTERDAM





CONTACT



SUZANNE GOEDHART-LIMMEN

SENIOR CONSULTANT
suzanne@topofminds.com