



#VACATURE



SALES DIRECTEUR BENELUX

The Greenery zorgt ervoor dat retailers het hele jaar door die groenten en fruit in het schap hebben waar de consument trek in heeft. Van winterse kool tot zomerse aardbeien; altijd vers van het land, uit de kas of de boomgaard. Maar die aansluiting tussen het land en de klant heeft nogal wat voeten in de aarde. Logisch: zowel de voorkeur van de consument als de productietechnieken, de verkoopkanalen en logistiek zijn voortdurend in ontwikkeling. Voor een duurzame samenwerking met retailers en optimale vertegenwoordiging op de Nederlandse en Belgische markt, trekt The Greenery een Sales Directeur Benelux aan.



OVER THE GREENERY

The Greenery is een Nederlandse groente- en fruitleverancier met meer dan 500 telers in Nederland en het buitenland. Het bedrijf is actief op 57 markten en hofleverancier van een aantal grote supermarktketens en innovatieve e-commercepartijen in Europa. Als ketenregisseur verbindt The Greenery de vraag- en aanbodzijde met elkaar. Het recept voor succes bestaat uit de gebundelde krachten van telers, een jaarrond AGF-assortiment, een fijnmazig logistiek netwerk, een stevige IT-infrastructuur en veel commerciële expertise. Zo voorziet The Greenery haar klanten – zowel Retail als Trade – van een verser en uitgebreider assortiment dan alle andere handelsorganisaties in de branche.

STRATEGIE: GROWING TOGETHER

Klimaatverandering, gezondheidstrends, nieuwe groente- en fruitrassen, innovatieve teelttechnieken, schaalvergroting bij telers, de opkomst van e-commerce - de wereld van groente en fruit staat geen moment stil. Omdat het landschap zo snel verandert, heeft The Greenery een visie voor de komende jaren ontwikkeld: Growing Together. Deze strategie zet in op het ontwikkelen van nieuwe verdienmodellen, waardecreatie en strategische samenwerkingsverbanden. Duurzaamheid, digitalisering, big data, innovatie en kwaliteit zijn daarbij belangrijke thema's.

“Vers is de categorie waarmee supermarkten zich onderscheidend positioneren richting de klant. Feit: bananen zijn het best verkochte product in de supermarkt. Houdbare producten van A-merken zijn overal hetzelfde. Maar een betere selectie of kwaliteit in de categorie Vers, dáár fietsen mensen een blok voor om. Het is een vruchtbare bodem voor de lange-termijn-samenwerking tussen retailers en The Greenery.”

PASCAL PIEPERS
DIRECTEUR RETAIL





#VACATURE

SALES DIRECTEUR BENELUX

De Sales Directeur Benelux speelt in op de wensen van retailpartners en de consument, en optimaliseert zo het commerciële resultaat. Hij/zij geeft leiding aan een team van 20 gedreven professionals. De Sales Directeur helpt het team door structuur aan te brengen in commerciële processen, waardoor zij steeds zelfstandiger, effectiever en efficiënter kunnen werken. Het doel is bestaande relaties te onderhouden en versterken, maar ook potentiële partners aan The Greenery te binden. Wanneer de Sales Directeur zelf betrokken is bij klantcontact, ligt de focus op het uitbouwen van de samenwerking en het ontwikkelen van nieuwe markten en/of kanalen.

Resultaatgerichtheid is belangrijk, maar goed management gaat veel verder dan alleen het sturen op KPI's. De Sales Directeur coacht en inspireert de verkopers en accountmanagers waardoor zij zich professioneel kunnen ontwikkelen, bijvoorbeeld op het gebied van onderhandelen, cross-selling, het opstellen van accountplannen, presentaties geven en het onderhouden van klantrelaties.

STRATEGIE & IMPLEMENTATIE

De doelstellingen van The Greenery voor de komende jaren zijn helder. Voor de Benelux zijn de pijlers gericht op flinke groei; minimaal 25% is haalbaar.

STEVIGE LEIDER MET AUTORITEIT

De ideale kandidaat is een stevige personality die stevig in zijn/haar schoenen staat en autoriteit uitstraalt, zonder autoritair te zijn. Iemand met een slimme, strategische ondernemersgeest die zich vol overgave in een uitdaging vastbijt - en niet loslaat. Plus: iemand die enthousiast wordt van het idee binnen afzienbare tijd door te groeien naar de rol van commercieel eindverantwoordelijke binnen The Greenery.

KANDIDAATSPROFIEL

ERVARING

- Afgeronde academische opleiding
- Minimaal 12 jaar commerciële ervaring
- Aantoonbare managementkwaliteiten
- Retailervaring vanuit FMCG
- Eigen AGF-netwerk is een pre
- Goede Nederlandse en Duitse taalvaardigheid

PERSOONLIJKHEID

- Stevige personality
- Resultaatgerichte, commerciële ondernemersgeest
- Brengt structuur en orde in processen
- Inspirerend leider, coach en verbinder
- Analytisch en communicatief sterk
- Ambitie om door te groeien



#INTERVIEW

INTERVIEW MET PASCAL PIEPERS, DIRECTEUR RETAIL BIJ THE GREENERY

Vraag je Pascal Piepers naar zijn werk, dan zegt hij: “ik verkoop groente en fruit”. Pascal lacht, hij houdt dingen graag simpel. Wil hij écht uitleggen wat het inhoudt om Directeur Retail te zijn bij The Greenery, pak er dan maar een stoel bij. “Mijn werk gaat dag en nacht door, de hele week. We kopen groente en fruit in bij telers uit binnen- en buitenland, distribueren dit door heel Europa en maken hierover niet alleen nette afspraken, maar zorgen er ook voor dat de logistiek van de akker tot in de winkel is geregeld.”

GROENTEN EN FRUIT ZIJN SEXY

Hij rijdt niet voor niets iedere dag per auto door kilometers polder naar zijn werk, file of geen file. Pascal heeft iets met groente en fruit, en niet in de laatste plaats omdat hij zijn eerste bijbaan had bij een appelboer uit de buurt. Die teler is nu overigens een van de vaste leveranciers van The Greenery. Dat maakt Pascal op een gekke manier de baas van zijn oude baas - en dat in een van de grootste internationaal opererende afzetorganisaties van versproducten in Europa.

Met terechte trots: “The Greenery is een jaarrond fullservice AGF-leverancier. Zo maken we groente en fruit beschikbaar voor iedereen en dragen we op langere termijn bij aan een gezonde maatschappij. Bovendien zijn groenten en fruit sexy. Er heerst een gezondheidskoorts waar we prachtig op kunnen inspelen - ieder jaar nog beter toegespitst op de wensen van de klant.”

RUIMTE OM TE GROEIEN

Met zijn 37 jaar is Pascal Piepers jong voor een Directeur Retail. CEO Steven Martina is niet veel ouder. Het typeert het karakter van het bedrijf dat veelbelovende talenten toevertrouwt complete business units aan te sturen. Omdat ze goed zijn, ongeacht hun leeftijd. "Voor dit vertrouwen krijgen we veel inzet, ambitie en energie terug. We hebben frisse mensen aan boord die bereid zijn om mee te denken. Met ieder een eigen specialisme en de wil om kennis te delen. We staan aan de voet van een spannende transformatie. Wie weet waar The Greenery over tien jaar kan zijn, mag het zeggen."

ZO VOLATIEL ALS DE AEX

Je zou het niet zeggen van de fatsoenlijke vitaminen, maar de wereld eromheen is supersnel. Vergelijkbaar met de aandelenbeurs. "Het gaat om ultraverse producten. Was september warm of oktober winderig, dan kan de appeloogst tegenvallen en gaan de prijzen enorm schommelen. Wordt het koud? Dan wil iedereen stampot met boerenkool. Hop, prijzen omhoog. Of juist omlaag. Fluctueren ze ook maar een tiende cent, dan heeft dit impact op onze totale handel, van de veiling tot aan de schappen. De keten siddert. Die spanning en dynamiek boeien me mateloos."

BLAKENDE KERN

The Greenery bestaat ruim twintig jaar, doet zaken in 57 landen en heeft grote ambities. Het is een nuchter bedrijf met pragmatische mensen die een tomeloze liefde hebben voor hun vak. "De een kijkt in zijn vakantie hoe de aardbeien er in de Jumbo bij liggen, de ander legt op radio 2 uit waarom een sinaasappel oranje is. Ze zijn bedreven in verschillende talen, van Chinees tot Duits en Frans. Ze zijn loyaal, kritisch en enthousiast, en daarmee de ruggengraat van het bedrijf. En die is onmisbaar, want er gebeurt ongelooflijk veel in het speelveld. Wil je stevig blijven staan, dan moet je basis goed zijn."

DE KAPERS EN DE CRITICI

Pascal ziet een grote uitdaging in opkomende markten en afzetkanalen. Was de markt eerst versnipperd, nu besluiten grote retailers steeds vaker te consolideren. En dan is er ook nog digitalisering. "Kleine telers sterven uit en grote partijen worden groter. Hoe minder bedrijven op het toneel, des te heviger de competitie. Aan de andere kant zien start-ups die veel met digital doen kansen om direct zaken te doen met afnemers. Iemand met een grote portemonnee kan al je concurrent zijn."





Een ander thema dat aandacht vraagt is duurzaamheid. “Consumenten willen weten of hun eten eerlijk en goed is gemaakt en volgens de geldende sociale regels. Om op dit soort trends goed in te spelen, moet je ze kunnen bijbenen. Of liever nog een stap voor zijn. Strategisch gezien betekent dat maar een ding: we moeten onszelf toekomstbestendig maken. Oftewel, digitaliseren.”

OP NAAR EEN MONOPOLIE?

Want op dat vlak is The Greenery er nog niet. Pascal zoekt mankracht om een online versie van het AGF-bedrijf uit de digitale grond te stampen. “Om te kijken hoe we verder die kant op kunnen bewegen, zijn we bezig de verdienmodellen van e-commerce spelers op onze business toe te passen. We buigen ons kritisch over de vraag: kunnen we hier iets mee? Hoe zorgen we ervoor dat we over tien jaar nog meedoen?”

Op termijn moet het een fullservice-concept worden. “We dromen over een platform waarop we in de eerste plaats onze producten kunnen aanbieden, maar ook onze diensten - van vrachtwagenverhuur tot verpakken en maaltijdservices. We willen onze hele toolbox openstellen. Groeien. Nog unieker worden. Hiervoor zullen we eerst moeten stroomlijnen. Door algoritmes, robots en andere technieken nog meer te gaan omarmen.”

DELEN, DURVEN EN DOEN

Aan het lef om te pionieren zal het niet liggen. Een paar jaar geleden voorspelde The Greenery dat maaltijdboxen groot zouden worden door de opkomst van online. Het bedrijf ging pakketten verkopen via consumentenplatform verseoogst.nl. De ervaring, kennis en data die ze daarbij opdeden maakt The Greenery een aantrekkelijke partij voor een van de bekendste aanbieders van maaltijdboxen. Door zelf de handen vies te maken, ben je immers een geloofwaardige partner voor andere vooruitstrevende partijen.



CONTACTPERSOON VOOR DEZE VACATURE



JANKO KLAEIJSEN

FOUNDING PARTNER TOP OF MINDS DIGITAL EXECUTIVES

E-MAIL janko@topofminds.com