

#VACATURE

MARKETING



BRAND DIRECTOR

Dankzij een ijzersterke, digitale langetermijnvisie en voldoende investeringsruimte heeft Talpa Network de potentie om uit te groeien tot de absolute nummer 1 mediabedrijf in Nederland. Binnen het bedrijf is volop ruimte voor creativiteit en ondernemende ideeën. Dat maakt Talpa Network dé plek om nu marketeer te zijn. In die unieke omgeving vergroot de Brand Director Sky Radio & Radio Veronica de populariteit van de zenders en maakt van luisteraars actieve, digitale gebruikers.





OVER TALPA NETWORK

Een introductie is overbodig: iedereen kent Talpa Network. Het toonaangevende mediabedrijf is eigenaar van televisiezenders SBS6, NET5, Veronica en SBS9, van radiostations Sky Radio, Radio Veronica, Radio 10 en 538, van persbureau ANP, van e-commercebedrijf Emesa en sinds kort ook van Mood for Magazines (o.a. LINDA).

Het medialandschap verandert razendsnel, bijvoorbeeld door de opkomst van streamingdiensten. Om in dit nieuwe landschap een vooraanstaande rol te spelen, ontwikkelt Talpa Network zich tot digital first media- en techspeler. Het bedrijf richt zich met lokale content op de Nederlandse markt en bouwt aan een optimale digitale infrastructuur. Talpa Network is – als enige Nederlandse mediabedrijf – uitstekend gepositioneerd om deze transitie succesvol te maken.

VAN LUISTERAARS NAAR GEBRUIKERS

Talpa Network heeft met Sky Radio, Radio Veronica, Radio 10 en 538 een uitgebalanceerd portfolio. Sky Radio is voor de feel good, Radio Veronica is de zender voor de echte muziekliefhebber met prikkelende DJ's zoals Giel Beelen en Wilfred Genee, Radio 10 draait de grootste hits allertijden en Radio 538 serveert ieder moment van de dag de grootste hits. De zenders groeien in populariteit, bereiken samen ruim 7,5 miljoen mensen en hebben een marktaandeel van bijna 45 procent in de kerndoelgroep (20-49 jaar).

Inmiddels luistert één op de vijf radio via een digitaal kanaal. Daardoor kent Talpa Network haar luisteraars steeds beter en kan het bedrijf content en reclameboodschappen steeds meer toespitsen. Vroeger draaide alles om luisteraars, nu begint het daar pas. Luisteraars omzetten naar digitale gebruikers, dat is de nieuwe uitdaging.

OVER DE VACATURE

BRAND DIRECTOR

De Brand Director vergroot de naamsbekendheid van Sky Radio & Radio Veronica en zorgt dat zoveel mogelijk mensen luisteren. Vervolgens stimuleert hij/zij de stap van luisteraar naar gebruiker. De Brand Director geeft invulling aan de datastrategie en jaagt de community- en membershipprogramma's aan om het aantal geregistreerde gebruikers te verhogen.

De Brand Director leidt de Online & Social Redactie en de Brand Marketing en PR teams, in totaal ongeveer 15 fte, die hij/zij ondersteunt, coacht, ontwikkelt en motiveert. De Brand Director rapporteert aan directielid Marc Adriani (Directeur Content & Programma) en is onderdeel van het opera

STRATEGIE BEPALEN EN IMPLEMENTEREN

De Brand Director bepaalt de merkpositionering en stelt brand- en marketingactiviteiten en de online content- en socialmediastategie op. Dat doet hij/zij met veel gevoel voor de doelgroep, affiniteit met pop- en dancemuziek en kennis van wat leeft onder jongvolwassenen. Vervolgens vertaalt de Brand Director de strategie naar conceptuele merkcommunicatie en concrete activiteiten en events.

“De Brand Director kan mensen beïnvloeden, overtuigen en meekrijgen, maar ook koersvast zijn en zich niet laten afleiden door de waan van de dag. We gaan hier snel van denken naar doen. De Brand Director moet daarin meekunnen, de juiste prioriteiten stellen en sturen op resultaat.”

**MARC ADRIANI, DIRECTEUR
PROGRAMMA & CONTENT**



Naast het strategische denkwerk, neemt de Brand Director ook het voortouw in de uitvoering. Hij/zij begeleidt niet alleen het proces maar werkt ook zelf actief mee. De Brand Director is direct betrokken bij de creatie, werkt veel met content- en productmakers en komt zelf met creatieve, out of the box ideeën.

SAMENWERKEN

Van DJ's tot directie, samenwerking is voor de Brand Director cruciaal. Samen met de Radio Director en de Digital Director vormt hij/zij een drie-eenheid die samen het jaarplan en de activiteitenkalender opstelt en samen verantwoordelijk is voor de resultaten: marktaandeel, registraties en digitale omzet.

Samen met de Directeur Brand & Online, andere Brand en Online Directors en de Digital Operations Manager werkt de Brand Director aan de roadmap voor development met daarin de prioriteiten voor de (door) ontwikkeling van digitale platformen. Tot slot werkt de Brand Director veel met externen, zoals reclame-, activatie-, PR- en mediabureaus.



HILVERSUM

KANDIDAATSPROFIEL

- 8+ jaar ervaring als strategisch merkenbouwer bij lokale bekende merken (in FMCG is een pre)
- Sterke affiniteit met digital



CONTACT



SUZANNE GOEDHART-LIMMEN

SENIOR CONSULTANT
suzanne@topofminds.com