



#VACANCY

BUSINESS DEVELOPMENT

MARKETING

ONLINE MARKETING

SALES

 **ConsumentenClaim**

CMO

Voor consumenten is het vaak niet haalbaar om schade te claimen bij een groot bedrijf, wanneer ze gedupeerd zijn door bijvoorbeeld een woekerpolis of kartelvorming. Daarom is ConsumentenClaim opgericht. Op basis van 'no cure, no pay' komt dit bedrijf op voor consumenten. Om nog meer mensen te bereiken en te helpen, trekt ConsumentenClaim nu een CMO aan.

CONSUMENTENCLAIM

Samen met haar zusterbedrijven is ConsumentenClaim de eerste partij in Nederland die op basis van 'no cure, no pay' claims doet. Zo komt ConsumentenClaim al meer dan tien jaar op voor iedereen, ook voor mensen die een advocaat niet kunnen betalen. Dat is rendabel door met massaclaims te werken – duizenden mensen met dezelfde claim. Die werkwijze bleek zo succesvol dat er inmiddels zo'n 70 professionals werken. De organisatie is ook actief onder het label MKB-Claim voor het bedrijfsleven. Samen met de Consumentenbond heeft ConsumentenClaim de joint venture Consumentenbond Claimservice opgericht.

Op dit moment vertegenwoordigt ConsumentenClaim met haar labels zo'n 250.000 mensen. Dat zijn bijvoorbeeld mensen die te veel hebben betaald voor een smartphone die ze 'gratis' bij een abonnement kregen, gedupeerden van aandelenlease-constructies, of consumenten die dachten dat ze biologische ham kochten bij een van de grote supermarkten, terwijl de ham in kwestie niet biologisch bleek te zijn. Een typische zaak van MKB-Claim is tegen vrachtwagenproducenten DAF, Volvo, Scania, MAN, Iveco, Renault en Daimler (Mercedes-Benz), die tussen 1997 en 2011 illegale prijsafspraken maakten.

Het opstarten van een proces kan heel snel gaan. Alle juristen van ConsumentenClaim volgen al het nieuws nauwgezet en zijn mede door hun ervaring in staat om snel te schakelen.

**“Samen
staan we
sterker.”**

**STEF SMIT,
DIRECTEUR**

**“Wij gaan tegen
de gevestigde orde
in en maken het
recht voor iedereen
toegankelijk.”**

**ELSBETH ROOS,
DIRECTEUR**

OVER DE VACATURE

CMO

De CMO draagt de missie van ConsumentenClaim uit en streeft ernaar in drie jaar tijd het aantal klanten te verdubbelen. Alle gedupeerde Nederlanders – consumenten én ondernemers – moeten weten dat ConsumentenClaim hen kan helpen hun recht te halen. De CMO geeft leiding aan een klein marketingteam en is verantwoordelijk voor zowel bekendheid – van het bedrijf, de labels én de lopende cases – als het verhogen van de conversie.

Als lid van de Directie is hij/zij van A tot Z betrokken bij alle dossiers van ConsumentenClaim; van de beslissing of een case geschikt is tot het uitwerken van een actieplan tot het communiceren van behaalde resultaten.

ConsumentenClaim is een pionier in het veld, en dat geldt ook voor de CMO. Iedere keer dat ConsumentenClaim een nieuw dossier opent, leren ze daarmee een nieuw domein kennen. Niet alleen andere regelgeving en andere partijen, maar ook nieuwe klanten met andere drijfveren. Dat vraagt om steeds nieuwe manieren om deze doelgroepen te bereiken.

Kanalen waar tot nu toe veel succes mee behaald is zijn onder meer social media, mond-tot-mondreclame en PR. Maar het adagium luidt: in het verleden behaalde resultaten geven geen garantie voor de toekomst. De kernwoorden van deze rol zijn dus innoveren, experimenteren en blijven leren.

KANDIDAATPROFIEL

- WO-niveau
- Commercieel trackrecord in de B2C-markt
- Ervaring met de juridische wereld is geen must, affiniteit ermee wel
- Geboren growth hacker
- Hands-on ervaring met Social, PR, SEO, Adwords, Analytics, etc.
- Creatief
- Proactief
- Nieuwsgierig en leergierig



AMSTERDAM





CONTACT



CATHERINE VISCH

CONSULTANT CATHERINE@TOPOFMINDS.COM