

#VACATURE

MARKETING

SALES



DE BUURTBOER

CCO

Versgebakken brood, biologische kazen, ambachtelijke soepen, verse salades, gezonde sapjes; inmiddels genieten ruim 6000 medewerkers bij circa 350 bedrijven van de lunches van De Buurtboer. Er staat een stevige basis voor verdere schaalvergroting. Daarom trekt deze scale-up een CCO aan.

De Buurtboer

De Buurtboer werd in 2010 opgericht door Caroline van der Lande (hiervoor KLM en Heinz) en Nikki Wiesman (hiervoor Sara Lee en Bacardi). Ze zagen een gat in de markt: bij veel bedrijven tot 200 medewerkers bestond de lunch ofwel uit kleffe boterhammen en ongezonde frituur, ofwel uit tijdrovende lunches buiten de deur. Dat moest beter kunnen! Met De Buurtboer bezorgen ze dagelijks bedrijfslunches waar iedereen blij van wordt: lekker, gezond, seizoensgebonden, kakelvers, biologisch, lokaal geproduceerd, ambachtelijk bereid en afwisselend. Natuurlijk kan dat voor de liefhebbers ook vegetarisch, veganistisch of glutenvrij.

De Buurtboer werkt uitsluitend met abonnementen, waardoor precies op maat kan worden ingekocht en waste tot een minimum beperkt blijft. Het samenstellen van de pakketten wordt grotendeels door een algoritme gedaan op basis van voorkeuren en instellingen in het systeem. Zo verzorgt De Buurtboer pakweg 120.000 lunches per maand. Op dit moment bestaat het klantenbestand van De Buurtboer uit zo'n 350 bedrijven in Amsterdam, Almere, Rotterdam, Den Haag, Utrecht, Leiden en omstreken. Van Doppler en Greenwheels tot consultancy firms, advocatenkantoren en zelfs een groot havenbedrijf. De gemene deler is dat 'goed werkgeverschap' hoog op de strategische agenda staat. Een gezonde lunch draagt immer bij aan de tevredenheid, het welzijn, de prestaties en de retentie van werknemers.



“Op dit moment zijn we een stabiel bedrijf met de potentie om in drie jaar tijd twee keer zo groot te worden. Om dat samen met de COO waar te maken, willen we een CCO aannemen.”

CAROLINE VAN DER LANDE, Co-Founder van De Buurtboer

CCO

Met ambitieuze plannen en aanstekelijke energie brengt de CCO reuring in de tent waardoor De Buurtboer op volle kracht gaat groeien. Een gamechanger die samen met de COO het stuur in handen neemt, het gaspedaal intrapt en rechtstreeks op De Buurtboer Next Level afstevent. Het directie-duo krijgt van de Founders de volledige vrijheid en verantwoordelijkheid.

De CCO geeft leiding aan drie Accountmanagers, de Head of Sales (die leiding geeft aan 5 FTE) en een Online Marketeer en werkt samen.



INTERESSANTE GROEIKANSEN ZIJN ONDER MEER:

1. Bestaande klanten – De CCO verhoogt niet alleen retentie, maar stuurt ook aan op cross- en upsell van andere producten uit het assortiment om de klanten nog blijer te maken.

2. Nieuwe klanten en doelgroepen – Er is nog volop ruimte om de marktpenetratie binnen het huidige segment te verhogen. Daarnaast is het ook mogelijk om nieuwe doelgroepen aan te spreken. Bijvoorbeeld niet alleen bedrijven tot een paar honderd medewerkers, maar ook bedrijfskantines of cateraars. Het potentieel van nieuwe klanten in de randstad wordt geschat op 7000. De CCO doet marktonderzoek, maakt een afweging van de kansen en werkt samen met de COO aan concrete plannen en de implementatie daarvan.

3. Verwante categorieën – De CCO onderzoekt de mogelijkheden om beter op trends in te spelen en uit te breiden naar andere producten, concepten en categorieën. Of het nu om warme maaltijden, dranken, koffie of fruit gaat, de CCO stelt een gedegen businesscase op en neemt de rest van de organisatie mee in de uitvoering van kansrijke plannen.

4. Marketing en storytelling – Marketing is niet alleen waardevol om leads voor Sales te genereren, maar ook om het merk De Buurtboer te laden. Door te investeren in de perceptie van het merk en de dienst kunnen bijvoorbeeld ook de marges verbeteren. De CCO maakt een goed onderbouwde afweging en stelt de strategie op voor de juiste afstemming van kwalitatieve en kwantitatieve Marketing en Sales.

Participatie is bespreekbaar na een aanlooperperiode.



“Dankzij de
Buurtboer
nemen we
niet alleen
meer tijd
voor onze
lunch, maar
ook voor
ons eten.”

PROUD DESIGN



Kandidaatprofiel

- Commercieel Directeur of CCO binnen een scale-up en/ of B2B-omgeving
- Minimaal 7 jaar ervaring als leidinggevende
- Thuis in (Online) Marketing en Sales en de combinatie van beide
- Behaalde successen met het in de markt zetten van nieuwe producten, diensten of categorieën
- Bevlogen en inspirerend verbinder
- Datagedreven, pragmatisch en resultaatgericht



Amsterdam





Contact

Bij vragen neem contact op met:

JANKO KLAEIJSEN FOUNDING PARTNER

janko@topofminds.com

