



#VACATURE

ANALYTICS

CONSULTING EXIT

CONSUMER GOODS



Strategic Data Driven Marketing Manager

In 2021 wil Heineken vijftig procent van de bier- en ciderdrinkers over de hele wereld direct bereiken met geïndividualiseerde communicatie: de juiste boodschap, op het juiste moment, op de juiste plaats en bovendien op schaal. Individual Data Driven Marketing (IDDM) is de sleutel tot succes van het bedrijf. De Strategic Data Driven Marketing Manager brengt IDDM naar alle regio's en lokale markten. Hij/zij overtuigt, coacht en stelt lokale teams in staat om optimaal gebruik te maken van IDDM, waarbij hij/zij lokale klanten van Tokio tot Buenos Aires en van Kaapstad tot San Francisco kan betrekken en enthousiasmeren.

Over Heineken

Je zult goed je best moeten doen om iemand te vinden die de iconische groene fles met de rode ster niet zal herkennen. Dat komt doordat de producten van Heineken in 180 verschillende landen verkrijgbaar zijn, daarnaast heeft het bedrijf grote samenwerkingsverbanden lopen met de Formule 1 en de UEFA Champions League, en als kers op de taart zijn de bieren van Heineken te zien in de legendarische 007 films. Als 's werelds grootste brouwerij van de afgelopen 150 jaar behoort Heineken tot de grootste wereldmerken ooit.

Een van de unieke eigenschappen van Heineken als organisatie is de sterk gedecentraliseerde opzet. Het bedrijf bestaat uit 74 operationele bedrijven (opco's). Elke opco wordt gerund als een aparte entiteit met een hoge mate van autonomie. Het stelt Heineken in staat om volledig op de hoogte te zijn van lokale trends en effectief te

navigeren door culturele voorkeuren, wat resulteert in geweldige producten en spannende campagnes die klanten over de hele wereld verrassen en animeren.

Heineken werkt momenteel aan manieren om digitaal contact te leggen met fans op een gloednieuw en geavanceerder niveau, waarbij optimaal gebruik wordt gemaakt van hun zorgvuldig opgebouwde naamsbekendheid en premium merkidentiteit. Het bedrijf verschuift de focus van massacommunicatie naar individuele data-gestuurde marketing (IDDM). Via IDDM levert Heineken relevante, geïndividualiseerde content die de fans nog meer vermaakt en bindt. Een voorbeeld hiervan is de pilot die Heineken in het Verenigd Koninkrijk heeft gedraaid met hyperlokale geografisch gerichte advertenties. Als gevolg hiervan bezochten meer consumenten de cafés van de brouwerijen en werden er in zes weken tijd meer dan 125.000 extra pints verkocht.



Strategic Data Driven Marketing Manager

Vorig jaar heeft Heineken IDDM uitgerold in elf belangrijke markten zoals het Verenigd Koninkrijk, Polen, Mexico, de VS en Brazilië. De Strategic Data Driven Marketing Manager zet de volgende stap en maakt IDDM tot de standaard wereldwijd. Hij/zij is de schakel tussen de tekentafels en pilotprojecten van het hoofdkantoor en de lokale marketingactiviteiten over de hele wereld. Hij/zij leidt een Accelerator Squad van ongeveer vijf FTE en rapporteert aan het Global Head of Data Driven Marketing.

De Strategic Data Driven Marketing Manager is strategische partner, in-house consultant en coach voor alle 74 autonome opco's. Hij/zij begeleidt de implementatie van IDDM, van conceptontwikkeling op hoog niveau tot het in kaart brengen van de roadmap en praktische operationele ondersteuning, bijvoorbeeld over hoe IDDM-campagnes het beste kunnen worden opgezet, hoe kan worden gewerkt in cross-functionele teams en hoe creative agencies en de media hierbij kunnen worden betrokken. De brede scope, decentralisatie en de verschillen tussen opco's op het gebied van lokale marktvoorkeuren, beschikbaarheid van gegevens en analytische mogelijkheden dragen bij aan de uitdaging en de spanning die deze functie met zich meebrengt. »



“Strategic Data Driven Marketing Manager is geen eenvoudige positie. Hij/zij moet een pragmatische aanpak hebben om lokale teams te ondersteunen, technische knowhow om diepgaande analyses te ontwikkelen en uit te voeren en sociale vaardigheden om goed te kunnen samenwerken met het senior management, de opco-leiding, datawetenschappers en operationele teams”.

VAISHALI SACHDEV,
Global Head of Data Driven Marketing.

De Strategic Data Driven Marketing Manager heeft te maken met een grote verscheidenheid aan stakeholders. Naast de opco's werkt hij/zij nauw samen met Marketing, Sales, CMI, Mediateams, agencies, Legal (bijvoorbeeld op het gebied van naleving van privacyregels), data scientists en senior management. Al met al werkt de Strategic Data Driven Marketing Manager aan state-of-the-art digitale marketing en vertrouwt hij/zij op zijn/haar analytische, technologische, leidinggevende en change-managementvaardigheden om van IDDM een wereldwijd succes te maken.

Kandidaatprofiel

- Master- of MBA-diploma, opleiding, bij voorkeur in ingenieurs- of informaticawetenschappen.
- 7+ jaar in consulting met focus op Digital en Consumer Goods / Retail
- Ervaring met analytics, CDP, DMP en digital media buying tools is een vereiste
- Bereid zijn om te reizen
- Vaardigheid in een andere taal dan het Engels (en het Nederlands) is een pluspunt



Amsterdam



Contact

Bij vragen neem contact op met:

IMKE PETERS CONSULTANT

imke@topofminds.com

