



#VACATURE

MARKETING

 randstad

## TRIBE LEAD

Door technologische, economische en sociologische ontwikkelingen verandert de wereld van werk in rap tempo. Als grootste HR-dienstverlener wereldwijd wil Randstad toonaangevend blijven, zowel voor kandidaten en werkgevers. Dat vraagt om een agile organisatie. De Nederlandse Randstad-organisatie loopt voorop in deze cultuurontwikkeling. De Tribe Leads hebben daarin een aanvoedersrol.

# OVER RANDSTAD GROUP

*“Om onze innovatiekracht te versnellen moet onze change-organisatie transformeren. Outside-in denken, met customer journeys werken, scherpere keuzes maken – de Nederlandse organisatie ontdekt wat werkt. Wij bepalen de standaard.”*

**MARIETTE LEENHOUTS**, DIRECTOR  
MARKETING EN COMMUNICATIONS RANDSTAD  
GROEP NEDERLAND

In 1960 bracht Frits Goldschmeding, oprichter van Randstad, zijn allereerste uitzendkracht achterop de fiets naar haar werk. Zo zorgde hij er hoogstpersoonlijk voor dat zij precies wist waar haar nieuwe werkplek was én dat zij hier op tijd aan zou komen. Als echte ondernemer luisterde Goldschmeding naar zijn klanten – zowel het bedrijf als de kandidaat – en nam hij de tijd en de moeite om hen beiden persoonlijk te leren kennen. Zo wist hij zeker dat er uiteindelijk een goede match tussen kandidaat en organisatie zou ontstaan. En die klantgerichte manier van werken is nog steeds de sleutel tot het succes van Randstad, inmiddels één van de bekendste Nederlandse multinationals.

Eind 2018 werd Randstad Group de grootste HR-dienstverlener ter wereld. Het bedrijf is bekend van internationale merken als Randstad, Monster, Aussy en Tempo-Team én lokale merken als Expectra en Appel Medical (Frankrijk), Gulp (Duitsland), Twago en Spherion (US). De ambitie is om in 2030 een rol te spelen in het werkende leven van 500 miljoen mensen. Om dat te bereiken werkt Randstad op een agile manier, waarbij outside-in denken het uitgangspunt is. Als de thuisbasis van het bedrijf loopt de Nederlandse organisatie voorop in deze transformatie.

# OVER RANDSTAD GROUP NEDERLAND

**I**n Nederland heeft het bedrijf grote impact op de arbeidsmarkt met de merken Randstad, Tempo-Team, Yacht en Monster. De organisatie werkt met tribes, gericht op de verschillende doelgroepen (client, talent, consultant en foundation). De uitdaging is om voor al deze doelgroepen een volgende stap te zetten in de ontwikkelingen en innovaties, waardoor niet alleen bekendheid en conversie omhooggaan, maar vooral op lange termijn NPS/tevredenheid, voorkeur, loyaliteit en marktaandeel verbeteren.

Om dit te realiseren bouwt Randstad één overkoepelende visie en strategie voor het hele bedrijf, op basis van inzicht in behoeftes van de doelgroepen, continue concurrentie-analyse en helder inzicht in trends. Met deze inzichten kan een merk-overkoepelende candidate-lifecycle gedefinieerd worden. Er is één backlog met een Randstad-brede prioriteitstelling en één activiteiten-roadmap waar de tribes samen aan werken.

*“Wij hebben een Tech&Touch-strategie. We investeren wereldwijd in tech-start-ups in het HR-veld, maar geloven ook dat er altijd een aantal touch-momenten zullen blijven bestaan in de wervingscyclus. Bijvoorbeeld de intake met de klant of het persoonlijke gesprek met de kandidaat.”*

**MARIETTE LEENHOOTS**, DIRECTOR  
MARKETING EN COMMUNICATIONS  
RANDSTAD GROEP NEDERLAND

OVER DE VACATURE

# TRIBE LEAD

**T**ribe Leads zijn inspirerende ambassadeurs en aanjagers van de nieuwe manier van werken. Zij sparren als gelijkwaardige gesprekspartner met de directie, sturen teams aan en stimuleren outside-in denken, samenwerking, kennisdeling en innovatie. De rol combineert strategisch denken met de hands-on praktijk, en is altijd gericht op het maken van impact. De posities rapporteren direct aan de Directeur Marketing Mariette Leenhouts.

De Tribe Lead heeft affiniteit met alle complexe doelgroepen binnen staffing, maar legt zich toe op één doelgroep, bijvoorbeeld werkgevers of kandidaten. Hij/zij brengt hun emotionele en rationele belevingswereld in kaart en stelt scherp welke rol werk daarbinnen heeft. Dat is cruciaal om de user journey van de doelgroep te ontwikkelen en optimaliseren. De Tribe Lead geeft hiërarchisch leiding aan een team [van 5 of 10] Product Owners en stelt multidisciplinaire teams samen om de klus te klaren. Onderling werken de Tribe Leads samen om de gezamenlijke doelstellingen te behalen. Met andere woorden: de Tribe Lead vertaalt data naar inzichten naar acties.



## KANDIDAATSPROFIEL

### ERVARING

- WO +
- In een agile omgeving
- Customer Journey ontwikkelen en optimaliseren
- Business IT
- Aansturen en enthousiasmeren van teams
- Change management

### COMPETENCIES:

- Innovatief denken
- Externe oriëntatie
- Organisatie-sensitief
- Klantgericht
- Enthousiasmeren en overtuigen
- Verbinder



AMSTERDAM



# CONTACT



**MARTINE FRANCKEN**  
CONSULTANT  
[martine@topofminds.com](mailto:martine@topofminds.com)