



#VACATURE

CONSUMER GOODS

MARKETING



Head of Marketing

De Head of Marketing van KFC krijgt de kans te werken voor een iconisch global merk met een inspirerende historie en enorm veel karakter. Met scherpe positionering, lokale brand en product development, aantrekkelijke lokale campagnes en grote partnerships realiseert de Head of Marketing de ambitieuze groeiplannen van KFC in Nederland en de rest van Noord-Europa. De functie is een prachtige kans om te werken in een internationaal bedrijf, om een substantiële P&L te beheren, om een team te bouwen en te leiden, en bovenal om een Cannes Lion en een Effie binnen te slepen met je eigen werk.

Over KFC

KFC behoort tot de grootste restaurantketens ter wereld. Van Bangkok tot New York, van Johannesburg tot Londen en van Buenos Aires tot Shanghai; met meer dan 22.000 locaties in 140 verschillende landen kun je overal ter wereld genieten van fried chicken volgens het recept dat Colonel Sanders zo'n 90 jaar geleden ontwikkelde.

Finger lickin' good, dat is de kern van het succes. KFC bereidt haar gerechten volgens de hoogste standaarden: verse kip van leveranciers die aan uitgebreide kwaliteitseisen voldoen, gepaneerd met het originele, wereldberoemde en topgeheime mengsel van elf kruiden en specerijen, en klaargeemaakt op bestelling door echte koks. Dat is waarom kipliefhebbers het liefst naar KFC gaan.

KFC is het enige quick service restaurant dat zich heeft verbonden aan de Better Chicken Commitment, opgesteld door internationale NGO's waaronder World Animal Protection. Hiermee geeft KFC aan zich volledig in te zetten voor dierenwelzijn, bijvoorbeeld door te streven naar betere leefomstandigheden, diervriendelijk slachten en het minimaliseren van voedselverspilling.

KFC's marketing is internationaal toonaangevend. Zo heeft de restaurantketen in 2018 22 Cannes Lions en verschillende Effies gewonnen. Ook staat KFC in de top 5 van de Effie Index 2019 voor meest effectieve merken ter wereld.



OVER DE VACATURE

Head of Marketing

In Nederland is op het gebied van Marketing nog veel te winnen. De Head of marketing is de voornaamste marketeer in het team na de CMO, Trix van der Vleuten. Het is aan de Head of Marketing om marketing in Noord Europa naar het hoge, internationale KFC-niveau te tillen. Hij/zij ontwikkelt daarvoor de juiste positionering met bijbehorende inspirerende campagnes gericht op het aanspreken van nieuwe doelgroepen en vergroten van de awareness. Naast Nederland is hij/zij ook verantwoordelijk voor de rest van Noord-Europa – met name in België, Zweden en IJsland – waar KFC ook sterk wil groeien.

De kern van de rol is mensen in beweging krijgen: consumenten en collega's. De Head of Marketing verbindt brand, business en creatie. Bij consumenten uit dat zich in campagnes, met een grote digitale component. Hij/zij werkt samen met externe bureaus die hij/zij inspireert en creatief en scherp houdt om tot een resultaat te komen met een rauw randje, waar iedereen over wil praten.

Intern is de Head of Marketing de eerste contactpersoon voor de franchise partners. Een belangrijke connectie, omdat zij de bepalende factor zijn in de groei van het marketingbudget. Daarnaast werkt hij/zij veelvuldig met het eigen team van twee professionals en het grotere marketingteam, waar Product, Digital, Restaurant Project »



“Eigenaarschap, daar draait het om. Ik zoek iemand die slecht slaapt als een campagne niet loopt en met een plan komt om het morgen beter te doen. Iemand die er alles aan doet om ons en zichzelf naar een hoger niveau te brengen. Die met scherpe inzichten en creatieve ideeën mij dagelijks weet uit te dagen.”

TRIX VAN DER VLEUTEN, CMO NOORD-EUROPA

Management en PR samenkomen om tot een perfecte omni-channel approach te komen.

De lat voor de Head of Marketing ligt hoog. De ambitie is om binnen zes maanden minimaal genomineerd te zijn voor een Best Social award en een nieuwe campagne met gericht op herpositionering op te zetten.

De rol is dus meer dan 'alleen' marketing. De Head of Marketing heeft veel vrijheid om zich over de hele breedte in te zetten: van strategisch nadenken over de business tot leiden en uitbouwen van zijn/haar team. Daarbij geeft de relatief kleine Noord-Europese organisatie de ruimte om volop te innoveren zonder een ingewikkeld besluitvormingstraject en ideeën snel om te zetten in acties om zo de P&L te laten groeien

KFC investeert in haar medewerkers en heeft een sterk trackrecord van persoonlijke ontwikkeling en (internationale) doorgroei. Dat maakt deze functie een fantastische kans om aan de slag te gaan bij één van de grootste merken, in een internationale en groeiende organisatie, met alle mogelijkheden om jezelf optimaal te ontwikkelen en mooie vervolgstappen te zetten. ■



Amsterdam

Kandidaatprofiel

- 10+ jaar werkervaring als commerciële marketeer
- Ervaring met local brands
- Leidinggevende ervaring
- Ervaring met leiden van grote campagnes, online en bij voorkeur ook tv
- Achtergrond in Food is een pluspunt



Contact

Bij vragen neem contact op met:

JANKO KLAEIJSEN FOUNDING PARTNER

janko@topofminds.com

