



#VACATURE

CONSUMER GOODS

SALES



Key Account Manager Superunie & New Business

De Nederlandse Groente- en Fruitsector bevindt zich in een boeiende transformatie, waarin The Greenery voorop loopt. In plaats van gewassen te telen en daarna 'te kijken of ze goed verkopen', stelt the Greenery de shopper, de retailer en de categorie centraal. De Key Account Manager Superunie & New Business maakt deze verandering niet alleen van heel dichtbij mee, maar kan er tevens een mooi stempel op drukken.

The Greenery

The Greenery levert, samen met ruim 1.000 telers en leveranciers, jaarrond een compleet dagvers assortiment van groente, fruit en paddenstoelen aan Nederlandse en buitenlandse retailers. Het bedrijf is actief op 57 markten en hofleverancier van enkele grote supermarktketens en innovatieve e-commercepartijen in Europa. Voor The Greenery geldt dat groeien niet alleen gebeurt, maar altijd samen met haar telers en klanten, die voor de organisatie van onschatbare waarde zijn.

Als ketenregisseur verbindt The Greenery de vraag- en aanbodzijde met elkaar. Het efficiënt beheren en sturen van een breed productaanbod – dat niet alleen aansluit op de behoefte van de consument, maar hier juist op anticipeert – is het vak dat de organisatie tot in de puntjes beheerst. Door duurzaam te telen, een steeds meer datagedreven manier van werken, doorlopende innovatie en optimalisatie van kwaliteit van zowel producten als diensten, maakt The Greenery het verschil.

Weinig sectoren zijn zo dynamisch als AGF. Klimaatverandering, gezondheidstrends, nieuwe groente- en fruitrassen, innovatieve teelttechnieken, schaalvergroting bij telers, de opkomst van e-commerce: de wereld van groente en fruit staat geen moment stil. Vandaag kost een bak aardbeien twee euro; morgen kan dat zomaar 80 cent zijn.

De transformatie van de sector heeft ook impact op de (commerciële) focus van The Greenery als organisatie. Retail geldt anno nu als de grootste groeipijler, waarbij niet langer reactief op de markt gereageerd wordt, maar de organisatie proactief de markt wil bewerken.

“De dynamiek van de AGF is onvergelijkbaar met welke andere sector dan ook. ‘Vooruit plannen’ gaat soms niet verder dan de avond. Die enorme dynamiek en realiteit van de dag is zowel een charme, als een grote uitdaging voor de sector. De Key Account Manager zoekt naar verbinding en evenwicht tussen de lange termijn doelen enerzijds, en de continu veranderende klantbehoeftes anderzijds. Dat spanningsveld is voor de KAM dagelijkse realiteit ”

WILLEM-JAN BOELEMA, SALES DIRECTEUR BENELUX

OVER DE VACATURE

Key Account Manager Superunie & New Business

De Key Account Manager (KAM) is verantwoordelijk voor een van de grootste accounts van The Greenery: Superunie en haar leden. Daarnaast is zij/hij verantwoordelijk voor het online kanaal en New Business. Het team bestaat uit twee Account Managers en gesteund door een team van verkopers, is het aan de Key Account Manager om het team zodanig te motiveren, coachen en stimuleren dat de ideale samenwerking bewerkstelligd wordt. De KAM rapporteert direct aan de Sales Directeur Benelux, Willem-Jan Boelema.

Hiërarchisch is The Greenery bepaald niet: binnen de platte organisatie is veel sprake van kruisbestuiving. Met name de Key accountmanagers, senior verkopers en sourcing teams werken intensief samen om de day-to-day business te optimaliseren. Maar naast de 'waan van de dag' is het uitstippelen van een langetermijnstrategie voor klanten een van de kerntaken van de KAM. Daarmee is de rol naast een zeer operationele, ook een strategische.

Temeer gezien het momentum waarin de AGF-sector zich bevindt, is dit het uitgelezen moment om niet alleen de relatie tussen The Greenery en Superunie naar een hoger plan te tillen, maar tegelijkertijd onderdeel te zijn van een van de meest interessante »



transities binnen de industrie. In plaats van 'zomaar' tomaten te verbouwen en te hopen op ultieme verkoopcijfers, wordt de oogst georganiseerd op basis van een heuse uitgestippelde tomatenstrategie. De eerder genoemde shift van reactief naar proactief, dus. Dat vereist een planmatige analytische aanpak waarbij de KAM ook ad hoc moet kunnen schakelen.

De sector innoveert continu, moet volop rekening houden met trends (welke groenten zijn 'hip'?) en tegelijkertijd voldoen aan de vraag naar meer transparantie vanuit de markt. Hoe een pionier als The Greenery zichzelf temidden van deze transformatie intern meer richting een retail-gedreven organisatie structureert terwijl het tegelijkertijd haar plek op de markt waarborgt, is een bijzonder traject om aan bij te dragen. Is de KAM van mening dat de klant een nieuwe mangolijn moet opzetten? Maak het met een overtuigend verhaal duidelijk aan de CEO, en dan is de stap van plan naar werkelijkheid een kleine.

De KAM snapt precies hoe het raster van Superunie en haar leden in elkaar zit. De relatie met al deze partijen is stevig geworteld, maar er is onmiskenbaar nog ruimte voor groei. De KAM bezoekt regelmatig klanten en weet precies hoe zij/hij op- en uitbouwt. Doorgroeien binnen The Greenery is een reëel vooruitzicht.

Kandidaatsprofiel:

- Minimaal vijf jaar commerciële ervaring in retail
- Sterke affiniteit met AGF is een must, ervaring in de sector een pre
- analytisch zeer sterk, projectmatige aanpak
- Resultaatgerichte hands-on mentaliteit
- Toont senioriteit in team- en stakeholdermanagement
- Stevige persoonlijkheid



Barendrecht



Contact

Bij vragen neem contact op met:

WIEBE SMIT CONSULTANT

wiebe@topofminds.com

