



#VACATURE

# FÉST

## CMO

FEST staat voor goed ontworpen meubilair en interieuraccessoires zonder high-end prijskaartjes. Zes jaar na oprichting blijkt het concept nog steeds een slimme zet. Sterker nog, het bedrijf is zelfs opgenomen in The Financial Times 1000: Europe's Fastest Growing Companies van 2019. Aan de CMO de opdracht om FEST verder uit te bouwen tot een interieurmerk van internationale faam.



## Over FEST

Na een Master Kunstgeschiedenis start de toen zesentwintigjarige Femke Furnée het interieurmerk FEST. Want waar ga je eigenlijk naartoe als je klaar bent met je Ikea-fauteuil, maar er ook geen van Eames kunt kopen? Wat begon met een container vol krakkemikkige banken uit China mondt uit in een goedlopend interieurmerk met een eigen designteam.

Inmiddels wordt de FEST meubelcollectie volledig in Europa geproduceerd, de meerderheid zelfs binnen Nederland. Het businessmodel baseert zich op de omnichannel-retailstrategie en is gericht op drie markten, namelijk: B2B (resellers), projectmarktinrichters (hotels/kantoren/restaurants) en consumenten (FEST winkels en webshop). Zo zijn de producten te koop bij Flinders en de Bijenkorf, maar ook te zien bij saladebarketen SLA en co-workingspace The Wing in New York.

Van Londen tot Koeweit en van Japan tot Canada, FEST telt meer dan tweehonderd verkooppunten in twintig landen. Het merk heeft twee eigen winkels in Nederland en is online actief via hun webshop [www.festamsterdam.com](http://www.festamsterdam.com). Dit zijn precies de kanalen waarop het merk zich het aankomend jaar concentreert. De start hiervan is al gemaakt, want in december opent FEST een tweede locatie in Amsterdam. Het plan is om de komende jaren het aantal eigen winkels flink uit te breiden, zowel nationaal als internationaal.

Naast de 2019-lijst van The Financial Times werd het bedrijf in 2017 en 2018 door het Financieele Dagblad al uitgeroepen tot FD Gazelle. Dankzij free publicity, beurzen, social media en jaren van hard werken, staat er nu een stevig fundament. Samen met een resultaatgerichte CMO is de startup helemaal klaar voor een serieuze professionaliseringsslag.

“ We zijn een heel jong en openminded bedrijf. Het maakt ook echt niet uit als je een keer een misser maakt, echt niet. Zeg het gewoon en los het op. Daar leren we alleen maar van.

– Femke Furnée, founder FEST



## VACATURE

# CMO

Om het merk FEST in binnen- en buitenland stevig op de kaart te zetten, is de CMO een strateeg en commerciële knaller ineen. Performance-based werken is op het lijf van deze persoon geschreven. De ambities zijn torenhoog, dus er ligt veel werk in korte tijd in de planning. Deels strategisch, deels uitvoerend. Dit varieert van marketingstrategieën uitzetten en projecten leiden tot de structuur in het team opzetten en campagnes optuigen.

Voor het hoofd van de marketingafdeling is omnichannel een feest der herkenning. Ook heeft deze persoon veel online-ervaring opgebouwd bij snelgroeiende bedrijven. Het liefst internationaal, want daar wil FEST uiteindelijk naar toe. In verband met de aankomende winkeluitbreidingen is ervaring in retailmarketing ook een belangrijk element. Of het nu gaat om kleine of grote budgetten, dit creatieve brein kan met beide uit de voeten.

Wat betreft de branding van het merk deelt de CMO deze taak met Furnée. Samen kijken jullie naar wat strategisch slimme concepten zijn. De ideale kandidaat is nieuwsgierig, inspireert en heeft goede ideeën. Deze ervaren marketeer is zelfstartend en weet wanneer welke partijen nodig zijn om dingen voor elkaar te krijgen. Hij/zij is op de hoogte van de laatste ontwikkelingen op marketingvlak, houdt vernieuwende merken scherp in de gaten en laat zich hierdoor inspireren om van de gebaande marketingpaden af te wijken.



Intern is de CMO verantwoordelijk voor de aansturing van het vierkoppige marketingteam. Dit team bestaat nu uit een Communicatiemanager, Content Specialist, Medior Marketeer en een Marketing assistent. De wens is om het team op korte termijn uit te breiden met onder andere een PR- en e-Commercespecialist. De ideale CMO krijgt energie van jonge talenten coachen. Deze persoon begeleidt op individueel niveau en zorgt voor een sterke teambuilding.

Naast dit alles werkt deze creatieve geest gestructureerd en prioriteert als geen ander. Bovendien kan deze CMO snel keuzes maken, informatie trechteren en tot eenduidige conclusies komen. Interesse in duurzaamheid is overigens ook handig, want met dit thema gaat FEST zich nog meer bezighouden.

Met een openminded persoonlijkheid en een duidelijke visie, is de CMO een onmisbare sparringpartner voor het volledige managementteam. Hij of zij werkt vanuit het hoofdkantoor in Amsterdam.



## Kandidaatprofiel

- Heeft ervaringen opgedaan in alle verschillende aspecten van het marketingvak bij een snelgroeiend bedrijf. Zowel online als offline.
- Heeft relevante werkervaring opgedaan als Head of Marketing of CMO bij een omnichannel consumer goods merk met een eigen e-commerce kanaal.
- Heeft een goed oog voor esthetiek.
- Werkt gestructureerd en kan goed plannen.
- Zelfstartend en initiatiefrijk.
- Een meewerkend voorman of -vrouw met sterke leidinggevende skills.
- Internationale ervaring is een pre.







FEST werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds.  
Neem voor meer informatie contact op met Vivian Linker.



**Vivian Linker**

[vivian.linker@topofminds.com](mailto:vivian.linker@topofminds.com)