



#VACATURE

CATEGORY MANAGEMENT

CONSUMER GOODS

**FERRERO**  
CHOCOLATE

## Customer & Category Development Manager

Er zijn merken die het nodig hebben om door middel van flinke promo's bij de klant gepusht te worden. Ferrero is er daar duidelijk niet één van. Integendeel, retailers weten dat ze door merken als Nutella, Kinder Bueno en Ferrero Rocher in de schappen te hebben liggen, klanten naar de winkel trekken. De Customer & Category Development Manager bouwt parallele contacten met retailers uit, ontwikkelt nieuwe partnerships en tilt de categorie naar een hoger niveau.



## Over Ferrero

Retailers hebben erg graag producten van Ferrero in de schappen liggen. Zij weten: consumenten komen naar winkels waar Nutella of Kinder Bueno verkocht worden. Dat is geheel de verdienste van het bedrijf, dat een kei gebleken is in het bouwen van ijzersterke merken. Dat bewees de Italiaanse oprichter, Pietro Ferrero, al in de jaren '40 toen hij het recept voor de inmiddels wereldberoemde Nutella-chocoladepasta ontwikkelde. Naast het recept voor de eerste chocoladepasta ter wereld, beschikte het Italiaanse familiebedrijf over nóg een geheim wapen: de ambitie om continu nieuwe, innovatieve producten te blijven ontwikkelen. Met succes: Ferrero Rocher-chocolade is een begrip en tot de dag van vandaag kun je kinderen met weinig dingen blijer maken dan met een onvervalst Kinder Surprise ei.

Tegenwoordig is het bedrijf in handen van Pietro's kleinzoon, Giovanni Ferrero, en is het uitgegroeid tot de derde grootste zoetwarenfabrikant ter wereld. Naast Nutella® en Kinder Surprise®, is Ferrero ook producent van onder meer Tic Tac®, Ferrero Rocher®, Raffaello® en Kinder Bueno®. De producten van Ferrero worden wereldwijd verkocht in meer dan 170 landen. Het Nederlandse hoofdkantoor staat in Breda, alwaar zo'n twintig professionals – in nauwe samenwerking met de Belgische collega's – samenwerken aan het verdere succes van Ferrero.



OVER DE VACATURE

# Customer & Category Development Manager

De Customer & Category Development Manager is verantwoordelijk voor alles wat er in-store gebeurt: onder meer voor het promotie- en assortimentsbeleid. Die verantwoordelijkheid vertaalt zich naar een uiterst proactieve, hands-on benadering: de Customer & Category Development Manager weet precies wat er bij de klant speelt, wat de klant wil én waarom hij dat wil. Met als onvermijdelijke uitkomst het antwoord op de vraag hoe Ferrero het best op die behoefte in kan spelen.

## SAMENWERKEN STAAT VOOROP

In de check-out- en zoet broodbeleg-categorie is Ferrero category captain, maar in andere categorieën – zoals chocolade – valt nog veel winst te behalen. Bovendien liggen er binnen Out of Home nog volop kansen. Daar ligt een mooie uitdaging voor de nieuwe manager: consumenten kennis laten maken met de Ferrero producten. De markt uitdagen met sterke proposities, nieuwe relaties aanboren en stukje bij beetje terrein winnen. Daarbij is het essentieel dat de klant voorop staat: samen met de klant de connectie tussen hen – en daarmee de schappen – inrichten en vormgeven.



“Er valt in Nederland nog heel veel te winnen. Retailers weten dat ze met onze producten in de schappen flink kunnen groeien”

TOM BEERENS, TRADE MARKETING MANAGER

Niet rücksichtslos een aanbod neerleggen, maar de klant echt meenemen in de analyse en het plan van aanpak. Samen bouwen = samen groeien: dat is the way forward. Er zijn nog heel veel mogelijkheden voor nieuwe, duurzame samenwerkingen met retailers – die op- en uitbouwen is een van de belangrijkste taken voor de nieuwe Customer & Category Development Manager. Zij/hij opereert in een team van vier Category Managers dat nauw samenwerkt met het salesteam. Rapporteren gebeurt direct aan Tom Beerens, Trade Marketing Manager.

### INTEGERE SALESTIJGER

Dat de ideale kandidaat uitblinkt in het opbouwen en onderhouden van een relaties, staat vast. Net zoals dat aan haar/zijn sales skills niet te tornen valt: die zijn integer, maar tegelijkertijd overtuigend en altijd gefundeerd en voorzien van een gedegen plan. De juiste vragen stellen en doorvragen, net zo lang tot de hoed en de rand compleet duidelijk zijn, is haar/zijn tweede natuur. Plus: een analytische, ondernemende mindset, een zelfstandige can-do attitude en een toegenege hart voor de zaak. ■

## Kandidaatprofiel

- Ervaring in sales en/of category management
- Ervaring in FMCG-omgeving is geen must, affiniteit ermee wel
- IJzersterke communicatieve vaardigheden
- Proactieve, extraverte verbinder
- Assertieve, plezierige goalgetter



Breda



# Interesse?



Wiebe Smit  
[wiebe@topofminds.com](mailto:wiebe@topofminds.com)