



#VACATURE



E-COMMERCE

CRM Manager

Dat digital voor McDonald's een van de belangrijkste groeipijlers is, mag geen verrassing heten. De app geldt daarbij als dé motor van het digitale ecosysteem, op basis waarvan de volledige customer journey geïdentificeerd en geoptimaliseerd kan worden. De CRM Manager bekijkt hoe bestaande en nieuwe kanalen aangeboord en uitgediept kunnen worden om de mogelijkheden die de app biedt optimaal te benutten.

Over **McDonalds**

McDonald's bevindt zich in een digitale transformatie. Elke week openen maar liefst een half miljoen unieke gasten de app van McDonald's, om persoonlijke kortingsvouchers te verzilveren, producten te vergelijken, een restaurant in de buurt te zoeken of een McBreak game te spelen. Als merkeigenaar en retailer heeft McDonald's een end-to-end gastrelatie, waardoor het bedrijf beschikt over een unieke dataset.

Digitale touchpoints lopen uiteen van paid media zoals Search, Display en Social, tot WiFi of de kiosks in de restaurants van McDonald's. Een enorme database die primair door de app wordt aangejaagd. Naast tal van data over de consument, zorgt de app natuurlijk ook voor brand awareness en sales.

“De CRM Manager heeft directe impact op de business. Een simpele actie in de app kan effect sorteren waarvan je de resultaten zelfs op uurniveau kunt terugzien.”

RIK VANDEWALL, DIGITAL LEAD

OVER DE VACATURE

CRM Manager

Zoals gezegd vormt de app het kloppende hart van het digitale ecosysteem van McDonalds. De rol van CRM Manager is een nieuwe binnen de organisatie, die zich volledig toelegt op deze linking pin. De app is waar alle transacties en conversies plaatsvinden, en waar in de toekomst nog veel innovaties geïmplementeerd zullen worden – waar de CRM Manager uiteraard nauw betrokken bij is. Het is de core focus van de multichannel-strategie van McDonalds: zorgen dat zoveel mogelijk mensen de app downloaden en 'm vervolgens veelvuldig gebruiken.

De CRM Manager onderzoekt mogelijkheden om deze doelstellingen te realiseren, waarbij zij/hij primair gebruik maakt van de eigen data en digitale kanalen, kennis van de retailbranche en creatieve marketing. Kort gezegd: wat kan McDonalds allemaal nog meer met haar app en bijbehorende data doen om zoveel mogelijk duurzame transacties te realiseren? Daarmee is de rol naast een analytische en uitvoerende, ook een zeer strategische.

UNIEKE KANS

De CRM Manager krijgt veel vrijheid om te schakelen, te instigeren en daadwerkelijk te bouwen. Binnen een grote corporate zoveel bewegingsruimte krijgen om écht impact te maken: dat soort kansen komen niet vaak voorbij.

Zij/hij maakt onderdeel uit van het Marketing, Communications, Digital & Business Insights team bestaande uit ruim 20 collega's en rapporteert direct aan Rik Vandewall, de Digital Lead. »





VERANTWOORDELIJKHEDEN

Concrete taken van de CRM Manager om de verdere ontwikkeling en performance van het digitale ecosysteem van McDonald's te sturen, zijn:

- De (digitale) marktstrategie te vertalen naar specifieke digitale kanalen;
- Data om te zetten in waardevolle inzichten over de gast en customer journey;
- Ontwikkelen van multichannel CRM-programma's (mobile first);
- Aansturen van verschillende CRM-, media- en marketingbureaus;
- Brandteams te adviseren en ondersteunen bij de inzet van owned media in 360 graden-campagnes;
- Performance (conversies) van de app te verhogen;
- Zelfstandig opstellen, uitvoeren en verbeteren van analyses en reports.

MULTICHANNEL IN DE BREEDTE

Een generalistische specialist: zo laat de ideale kandidaat voor de rol zich goed omschrijven. Iemand die vanuit data-inzichten accurate customer journeys kan uitstippelen, en ze vervolgens helder en concreet kan vertalen naar briefings en presentaties voor agencies. De ideale kandidaat heeft een blik die verder reikt dan één specifiek kanaal, maar de breedte en diepte over de kanalen heen weet te vinden. Mensen kunnen verbinden, overtuigen en motiveren is essentieel. Bij goede prestaties ligt doorgroeien in de lijn der verwachtingen. ■



Amsterdam

Kandidaatprofiel

- HBO- of WO-opleiding
- 5+ jaar online marketing werkervaring, waarvan 3 jaar CRM
- Food service- en/of retailervaring is een pre
- Analytische, commerciële en resultaatgedreven visie
- Sterke communicatieve vaardigheden en flinke dosis overtuigingskracht



Interesse?



Vivian den Dekker
viviandendekker@topofminds.com