

VACATURE

Voor wie?

- Vanaf 15 jaar marketingervaring
 - Sterk in branding én digital
 - Resultaatgedreven strateeg
 - Inspirerend leider
- Liefst binnen online classifieds/platformen
 - Complex en internationaal stakeholdermanagement

CMO

Kopen en verkopen binnen vijf minuten, met een lach. Dat is het Big Hairly Audacious Goal van Marktplaats, een van de sterkste merken van Nederland. Met de wind van de circulaire economie in de zeilen blijft het oer-Hollandse icoon snelheid oppikken. De nieuwe CMO zorgt dat Marktplaats en haar Belgische zuster 2dehands zowel op het gebied van branding als digital de juiste koers blijven varen.



Vanaf 15 jaar werkervaring



Amsterdam

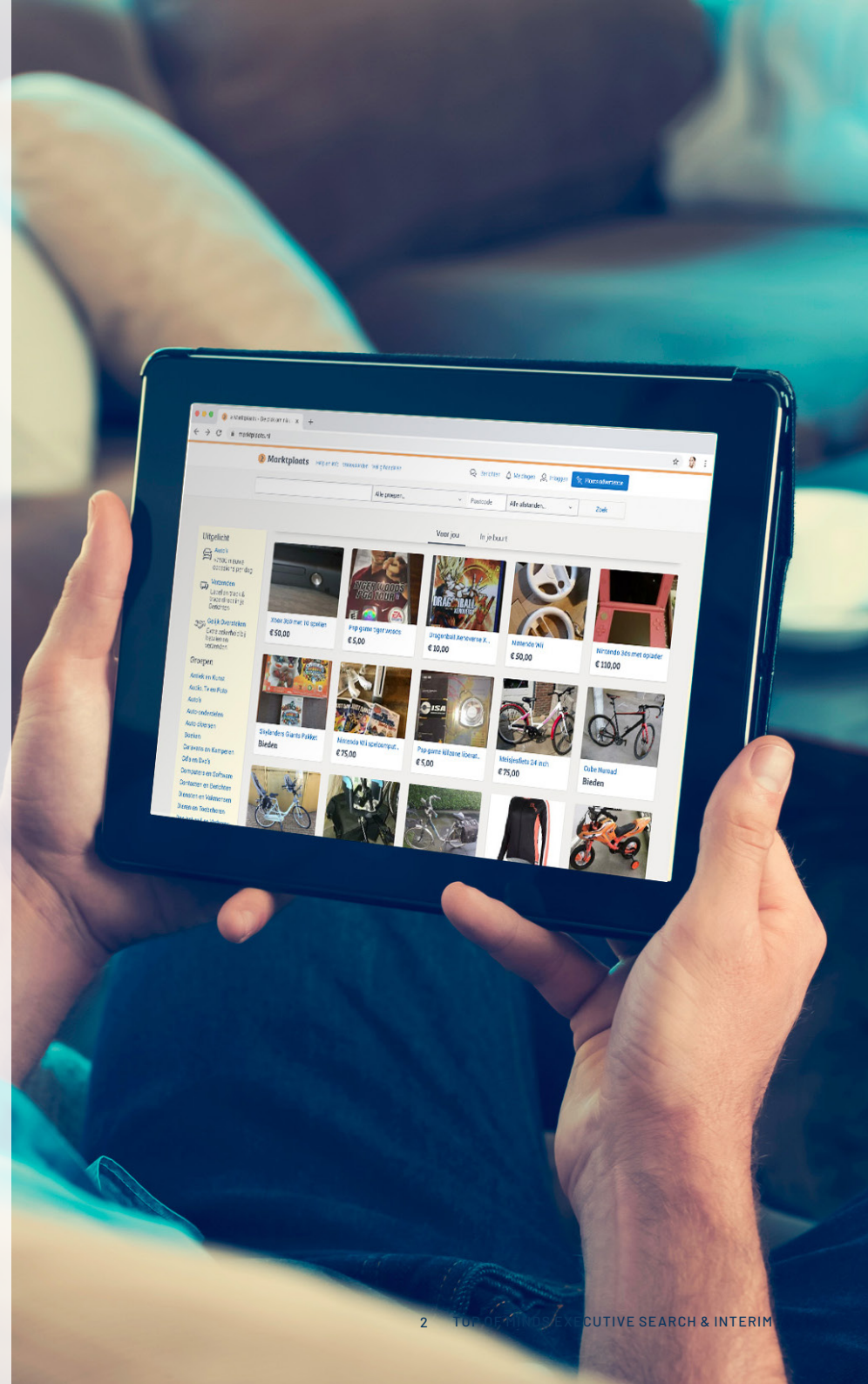
Over Marktplaats

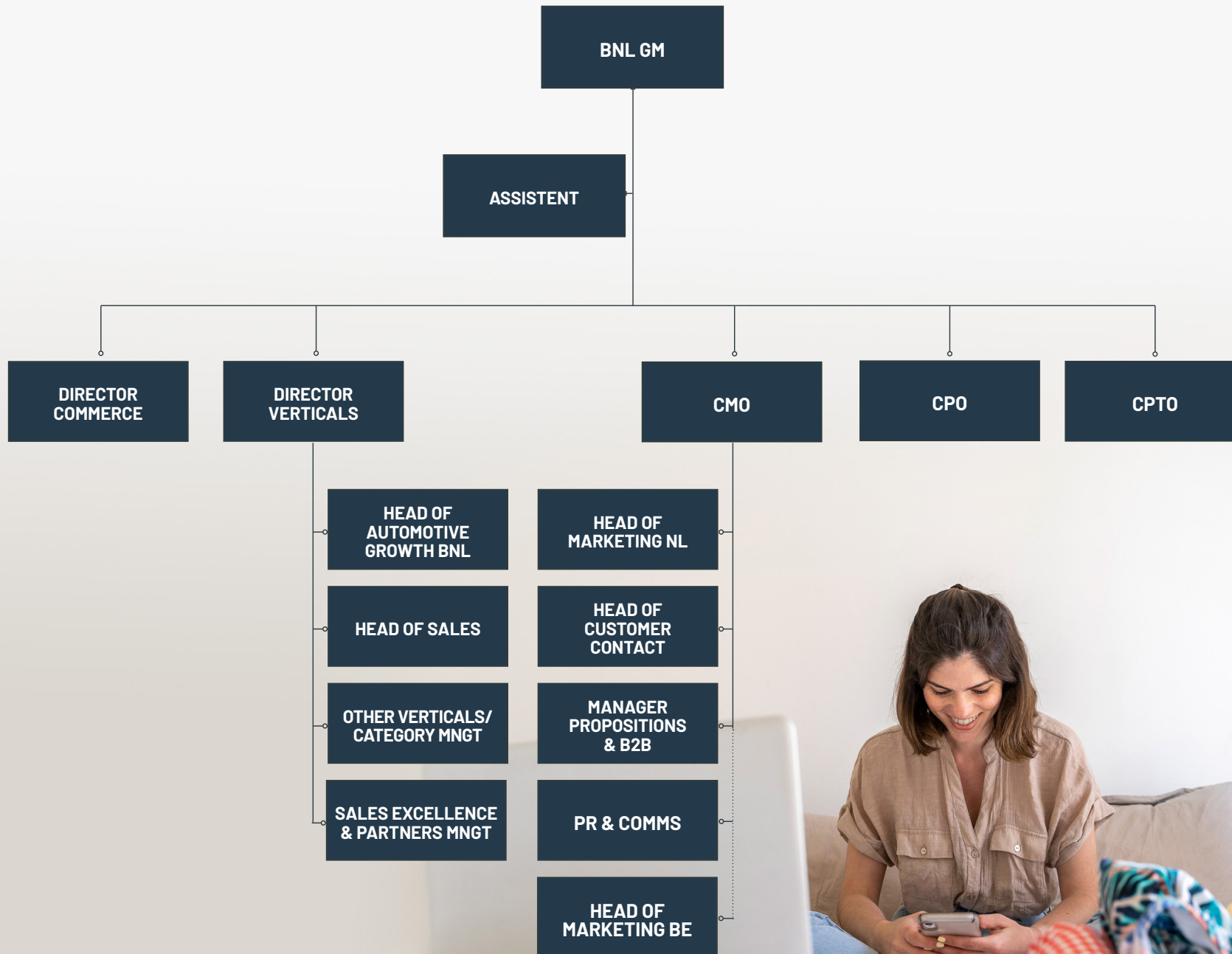
Het begon allemaal op 19 mei 1999, toen het domein www.marktplaats.nl voor het eerst werd vrijgegeven en de 32-jarige ondernemer René van Mullem de gelukkige eigenaar werd. Samen met de 16-jarige Robin Schuil bouwde hij het eerste prototype van de site. De naam van de site kwam in Times New Roman bovenaan, en de terra-kleur leende René van Vincent van Goghs schilderij 'Slaapkamer te Arles'. Niet omdat het mooie kleuren zijn, maar omdat niemand zich er echt aan stóórt.

Sindsdien is er ontzettend veel veranderd, maar deze designkeuzes staan nog steeds aan de basis van het huidige merk. Uit recent MRI-onderzoek en de Implicit Association Test (IAT) blijkt zelfs dat de kleur en het beeldmerk maar liefst 70% van de mensen direct aan Marktplaats doen denken – een hele sterke trigger dus.

Dankzij haar succesvolle start werd het bedrijf in 2004 overgenomen door de eBay Classifieds Group, wereldwijd een innovatieve leider op het gebied van online classifieds. Deze overname maakte mogelijk dat Marktplaats uitgroeide tot het platform dat we vandaag de dag kennen: de webshop en app met het breedste assortiment, intuïtieve chatfunctionaliteit, iDeal Betaalverzoeken, Gelijk Oversteken en steeds weer nieuwe innovaties zoals Image Recognition om sneller de juiste rubriek voor je advertentie te vinden en geautomatiseerde hulp bij het inschatten van de beste prijs voor je product.

In 2013 sloot ook 2dehands aan bij de eBay Classifieds Group. Dit Belgische platform heeft ruim 3,2 miljoen maandelijkse gebruikers. Deze overname heeft veel synergie mogelijk gemaakt tussen 2dehands en Marktplaats. Het kantoor in Amsterdam heeft een internationale cultuur. Er werken zo'n tweehonderd ambitieuze, klantgerichte professionals in zelfsturende customer-journey-teams.





CMO

De CMO heeft grote impact op zowel de groei van het aantal gebruikers als de omzet van Marktplaats en 2dehands. Daarbij zijn de belangrijkste segmenten C2C verkopers en kopers, autodealers en het MKB. De CMO ontwikkelt en implementeert de strategie voor alle touchpoints – product marketing, brand, performance marketing, PR & Communications en CRM.

De CMO rapporteert rechtstreeks aan de CEO Benelux, Annemarie Buitelaar, is lid van het leiderschapsteam van Marktplaats en 2ehands.be en zoekt de actieve samenwerking op met andere leden van het wereldwijde netwerk van marketingleiders binnen eBay. De CMO geeft direct leiding aan de Head of Marketing Marktplaats (met o.a. Marcom, CRM, Design, Content, Performance marketing), Head of Marketing België en de Manager Propositions and B2B strategy. Verder rapporteren de PR & Communications teams met een dotted line aan de CMO.

Per dag worden gemiddeld 350.000 nieuwe advertenties op Marktplaats geplaatst, met als gevolg ruim 11 miljoen advertenties live op ieder moment van de dag. In totaal bezoeken bijna 3 miljoen bezoekers Marktplaats en 2dehands. Samen kopen en verkopen zij een zeer divers aanbod aan nieuwe en gebruikte producten en diensten. De grootste groepen gebruikers zijn enerzijds mensen die het platform één tot vijf keer per maand gebruiken (de zogenaamde 'light users'), en anderzijds mensen die het meer dan 25 keer per maand gebruiken ('heavy users'). Op het gebied van C2C-marketing is de doelstelling van de CMO dan ook tweeledig: non-users converteren naar light users en light users naar heavy users. Daarnaast het samen met de commerciële teams uitbouwen van nieuwe relevante proposities voor zakelijke klanten en consumenten.

“Dat Marktplaats een van de sterkste merken van Nederlands is, staat buiten kijf. De grootste kansen op het gebied van marketing liggen voor Marktplaats op het neerzetten van een duidelijke customer contact strategy met focus op het aantrekken en verder ontwikkelen van 'light users' terwijl in België de nadruk zit op het uitbouwen van het merk en groeien van de adoptie”

– Annemarie Buitelaar, CEO Benelux



Interesse?

Marktplaats werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds.
Neem voor meer informatie contact op met Marlies Hoogvliet.

Marlies Hoogvliet

marlies.hoogvliet@topofminds.com

