



# VACATURE

## Marketing Directeur

Sligro bevoorraadt, ondersteunt en inspireert Nederlandse foodprofessionals met lekker, goed en eerlijk eten en alles wat daarmee te maken heeft. Met een omzet van ruim 2 miljard, 85 jaar ervaring als foodservice leverancier, marktleiderschap, en stevige digitale en internationale ambities is Sligro een gevestigd merk dat zich toch continu blijft ontwikkelen. Sligro zoekt een ervaren Marketing Directeur Nederland, die met operational excellence en een vernieuwende visie de aantrekkingskracht van Sligro verder gaat verhogen - in een markt waar disruptieve concurrenten een steeds grotere rol gaan spelen.



Sligro Food Group

### Voor wie?

- >15 jaar ervaring in (Retail) Marketing
- Uitstekende manager met empathisch vermogen en overtuigingskracht
- Zowel operationeel als strategisch sterk
- Affiniteit met food en foodservice





## 85 JAAR LEVEREN, NOG ALTIJD VERNIEUWEN

In 1935 richtte Abel Slippens een groothandel in oliën, vetten en margarines op. 85 jaar later is het beursgenoteerde familiebedrijf Sligro Food Group met ruim 24% marktaandeel de grootste, leidende foodservice groothandel in Nederland. Sligro is onderdeel van Sligro Food Group dat in 2019 EUR 2,4 miljard omzet heeft gerealiseerd. Met trots presenteert de groep traditioneel als eerste van de Nederlandse beursgenoteerde ondernemingen haar jaarverslag.

Ook als het gaat om visie en klantbeleving is Sligro toonaangevend. Het bedrijf richt zich met een landelijk netwerk van zelfbedieningsgroothandels en bezorgservicevestigingen op allerlei klantsegmenten, zoals groot- en kleinschalige horeca, cateraars, sportkantine, grootverbruikers, bedrijfsrestaurants, pompstations, convenience outlets, kleinschalige retail, en MKB-ers. Deze klanten bedient Sligro vanuit het eigen vlaggenschip, daarnaast is er het merk Van Hoeckel (met een eigen gezicht en marketing) dat specifiek gericht is op de institutionele markt. Ook heeft Sligro verschillende succesvolle partnerschappen: in een strategische samenwerking met Heineken verzorgt Sligro bijvoorbeeld de exclusieve distributie van Heineken fustbieren in Nederland.



## DE IDEALE MIX

De kracht van het zelfbedienings- en digitale bezorgnetwerk ligt in de onderlinge samenwerking. Zo bezoekt 75% van de bezorgklanten gemiddeld tweemaal per maand de zelfbedieningsgroothandel voor inspiratie, advies of een extra inkoopmoment naast de bezorging. Daarnaast maakt een groot deel van de klanten in de zelfbedieningsgroothandel alléén gebruik van het offline kanaal. De zelfbedieningsgroothandel leent zich bij uitstek als inspiratie en voorraad- en afhaalcentrum, voor zowel de professionele kok als de kleine ondernemer die goede koffie op kantoor wil of advies zoekt voor een personeelsevent.

De vakspecialisten van Sligro staan voor de professional en de ondernemer klaar met advies en inspiratie, in een omgeving die daartoe stimuleert.

Hoewel de zelfbedienings- en bezorgonline- en offline operaties gescheiden zijn met het oog op efficiency en klantbehoefte, is de commerciële samenwerking sterk verankerd. Dat werkt door in een integrale prijs-, bonus- en managementinformatie-structuur voor de klanten, zodat het inkopen in beide kanalen prima samengaat onder een merk.







## ZB NEXT GEN 2019 EN NIEUWE KANSEN IN BEZORGING

Sligro Food Group heeft lef en visie, en dankzij schaal en een gezond rendement ook de mogelijkheid te investeren in de toekomst. Tegelijk is het bedrijf in de ogen van het management nog lang niet af. De markten zijn volop in beweging en Sligro's ambitie rijkt verder.

De afgelopen jaren heeft de afdeling Marketing veel prioriteit gegeven aan het bouwen en verankeren van het merk Sligro. Met succes: naast de altijd al hoge naamsbekendheid heeft het merk Sligro ook meer lading gekregen als inspirerende marktleider. Echter, operational excellence in marketing basics heeft daarbij aandacht verloren.

Tegelijk is in de hele Europese zelfbedienings- en retailmarkt een verschuiving zichtbaar van zelfbediening naar (online)bezorgen.

De 51 zelfbedieningsvestigingen van Sligro zijn samen goed voor 35% van de omzet. De overige 65% is voor rekening van de bezorgservice, waar de klanten nagenoeg volledig via het online platform bestellen.

Sligro gelooft heilig in de combinatie van beide kanalen en is volop bezig met een digitale transitie. Tal van mogelijkheden zijn in kaart gebracht om de zelfbedieningsvestigingen in een volgende levensfase te brengen, door enerzijds de basics te verfrissen en verbeteren, en anderzijds digitale toepassingen te ontwikkelen om traffic te genereren voor de zelfbedieningsvestigingen. Juist door de zeer gemêleerde klantengroep zijn zaken als targeted marketing en persoonlijke promoties voor Sligro zeer interessant. Dit strategische programma is onder de naam ZB Next Gen in 2019 gelanceerd, en wordt nu verder ontwikkeld en uitgevoerd als samenwerking tussen de Marketing Directeur en de Directeur ZB (zelfbediening).





Ook de fors groeiende bestel- en bezorgservice van Sligro staat voor nieuwe kansen en uitdagingen. Nieuwe concurrenten – retailers, logistieke dienstverleners, en platform-aanbieders – dienen zich aan. Vanuit het recent gelanceerde Customer Solutions team bouwt Sligro een platform waar niet alleen producten te vinden zijn, maar ook allerlei diensten (veelal buiten Sligro om) – zoals groene stroom, managementinformatiesystemen, menukaart-engineering, Temper personeelsdiensten, afvalstofverwerking, en streamingdiensten.

Sligro wil namelijk hét portal van de foodservice worden. Het Customer Solutions team is onderdeel van de afdeling Sales maar wordt in scrum-achtige teams intensief ondersteund door Marketing. De digitale support voor de zelfbediening wordt volledig door Marketing gerund en werkt op de relevante raakvlakken intensief samen met het Customer Solutions en e-sales team.





## DE OPDRACHT VOOR MARKETING

Sligro heeft zich de afgelopen decennia ontwikkeld van de oorspronkelijke leverancier van kleinschalige retailers tot de toonaangevende marktleider in foodservice. Maar markten zijn altijd in beweging, en het tempo is met de geschetste ontwikkelingen hoger dan ooit. Niets zo gevaarlijk dus als achteroverleunen. Sligro denkt dat digitalisering, zowel in de bezorging als in de zelfbediening (traffic en klantbinding) veel kansen biedt. 60% van de omzet komt al digitaal binnen – bij retailers is dat zo'n 4%. In de foodservice, waar de sociale en relatiecomponent een grote rol spelen, zal een combinatie van operational excellence, digital, data én mensen het verschil maken.

Voor de 51 zelfbedieningsvestigingen is de hoogste prioriteit het verhogen van de traffic. Op korte termijn zal de nieuwe Marketing Directeur zich dus richten op de operationele executie van traffic verhogende campagnes en andere klantcontacten. Dat zit hem in het bieden van de juiste campagnes die een klantwens vervullen en commercieel slim zijn, het nog beter zichtbaar maken van de inspiratiemodules en campagnes op de winkelvloer, en het figuurlijk straktrekken van de folders naast het verder ontwikkelen van persoonlijke aanbiedingen. Samen met de Directeur ZB gaat de Marketing Directeur daarnaast invulling geven aan een succesvolle executie van het ZB Next Gen programma. Het marketingteam is ondersteunend aan de operaties van ZB en de bezorgservice. De Marketing Directeur is nadrukkelijk betrokken bij verdere toekomstige strategische formule-ontwikkeling. Deze wordt samen met de Directeur ZB, de Directeur Bezorging, de Directeur Foodservice NL en de CEO vormgegeven.

De Marketing Directeur is verantwoordelijk voor een consistente uiting en invulling van het merk Sligro, waaronder de visuele identiteit. Hij of zij zorgt er daartoe voor dat het marketingteam meekijkt en meedenkt bij zowel de digitale als offline ontwikkelingen in ZB en het platform. In operaties die verband houden met branding is voor de gehele Sligro Food Group een extern communicatiebureau betrokken.



De coördinatie en afstemming met dit en andere ondersteunende bureaus valt ook onder de verantwoordelijkheid van de Marketing Directeur.

De Marketing Directeur heeft ook de rol om binnen het directieteam trends, vernieuwingen en ontwikkelingen op online en offline marketingvlak onder de aandacht te brengen, zodat deze kunnen worden meegenomen in de strategieontwikkeling. En als onderdeel van het Directieteam Nederland deelt de Marketing Directeur de gezamenlijke en afdeling-overstijgende verantwoordelijkheid voor het opstellen van het jaarplan en de perfecte executie daarvan, inclusief het leveren van de daarbij horende financiële begroting. Hiernaast is de Marketing Directeur verantwoordelijk voor het eigen marketingbudget en de te leveren KPI's .

De Marketing Directeur rapporteert aan de Directeur Foodservice NL en geeft leiding aan een team van 25 personen. Het ontwikkelen van dit team vanuit de People Strategy (mensen en teams; leiderschap; cultuur; organisatie) behoort tot de taken van de Marketing Directeur. De Marketing Directeur maakt tot slot deel uit van de stuurgroep Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en vertegenwoordigt Sligro bij diverse externe samenwerkingsverbanden of bijeenkomsten.







## Het Profiel

De nieuwe Marketing Directeur kan deze rol alleen vervullen als hij of zij al voldoende door de wol geverfd is in zowel de operationele als de strategische kant van (retail) marketing. Ervaring in retail heeft een pre, aangezien de marketingrol in een retailomgeving nadrukkelijk anders, hectischer, en meer op details is gefocust. De traffic van een week of dag kan immers bepalend zijn voor de keuze om wel of niet in te grijpen.

De Marketing Directeur krijgt energie van de snelheid en schaal die bij dit operationele aspect horen. Op strategisch gebied is hij of zij in staat om de relevante vraagstukken rondom de online klantreis te formuleren, analyseren en in samenspraak met de directie een nieuwe marketingvisie te creëren en implementeren.

Sligro werkt informeel en ondernemend en is wars van status. Goede onderlinge samenwerking en persoonlijke relaties zijn van groot belang. De Brabantse gemoedelijkheid en bourgondische inslag zijn nadrukkelijk aanwezig – net als humor en de kunst jezelf niet te serieus nemen. Daarbij wordt kwaliteit echter nooit uit het oog verloren en blijven de standaarden dus hoog.



Sligro wil de beste zijn in haar vak, en haar klanten ontzorgen door het bieden van de beste producten en diensten. Alleen dan kunnen klanten zich volledig op hun eigen vakgebied en gasten richten. Tot de klanten van Sligro behoren zowel (grote) goed gestructureerde ondernemingen, als creatieve maar ook chaotische horeca-ondernemers. En ongeacht het soort klant blijft de missie van Sligro hetzelfde. Hierin is Sligro de afgelopen 85 jaar goed geslaagd. Om dit ook in de toekomst te blijven waarmaken wil Sligro haar propositie continu verbeteren. Sligro is een familiebedrijf met een sterke erfenis, zowel tastbaar als wat betreft bedrijfscultuur. Alle aannames mogen ter discussie staan, maar respect, kennis en begrip voor de historie van het merk is daarbij geboden. Een succesvolle Marketing Directeur is stevig genoeg om de status quo uit te dagen, maar heeft ook interesse in de mensen achter het bedrijf, geduld, en gevoel voor timing.

De Marketing Directeur gaat op deze uitdagingen een inhoudelijke, commerciële en klantgerichte visie ontwikkelen, die trouw is aan de erfenis van het merk Sligro en tegelijkertijd een disruptieve rol kan gaan spelen in het landschap van horeca- en bedrijfsleveranciers.







# Interesse?

Sligro werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds.  
Neem voor meer informatie contact op met Janko Klaijzen.

**Janko Klaijzen**

[janko.klaijzen@topofminds.com](mailto:janko.klaijzen@topofminds.com)

