

CreativeGroup

Global Head of Online Marketing

Dankzij de succesvolle fintech scale-up Creative Group kan men wereldwijd snel, veilig en eenvoudig online tegoeden kopen, verzenden of uitwisselen. In 2020 wil het bedrijf hun markten, kanalen en assortiment verder uitbreiden. Om dit doel te verwezenlijken, is een ervaren Global Head of Online Marketing onmisbaar.

Voor wie?

- Minimaal 6 jaar werkervaring binnen online marketing
- Binnen snelgroeiende omgeving
- Leidinggevende ervaring

Over Creative Group

Ooit digitaal tegoed voor bijvoorbeeld Netflix of Spotify gekocht? Of in het buitenland online beltegoed opgewaardeerd? Grote kans dat de betaling ervan via Creative Group verliep. Het bedrijf bestaat uit twee takken: via Rapido kopen klanten prepaid-creditcards en online tegoeden voor internationale A-merken, zoals iTunes, Playstation en Amazon, terwijl Recharge het opwaarderen van bel- en databundels vanuit het buitenland mogelijk maakt.

Wat in 2003 startte als een idee om tegoeden te digitaliseren, is uitgegroeid tot een internationale scale-up met een jaarlijkse omzet van 200 miljoen. Nieuwe producten, kanaalstrategieën en markten hebben ervoor gezorgd dat Creative Group in de afgelopen vijf jaar een snelle groei heeft doorgemaakt. Het hoofdkantoor staat in Amsterdam, maar het bedrijf is inmiddels met 120 fte actief in meer dan 130 landen wereldwijd en telt miljoenen gebruikers.

Met de kapitaalinjectie van 22 miljoen euro door technologie-investeerder Prime Ventures wordt in 2020 het online team versterkt. Om zo de weg vrij te maken naar een nog snellere, wereldwijde groei. De groei-ambities liegen er namelijk niet om. Ondanks de pandemie gaat het Creative Group voor de wind en wil het bedrijf op internationaal topniveau meespelen. De huidige omzet moet dit jaar met 100 procent groeien en binnen drie jaar de 1 miljard euro aantikken.

Om dé global destination brand te worden, ondergaat het bedrijf momenteel een grootschalige rebranding. Per 1 juni voegt het bedrijf de merken Recharge en Rapido samen en gaat Creative Group verder onder de naam RECHARGE.COM.

Kortom: met de snelle uitbreiding, internationalisering en rebranding in zicht, breken er spannende tijden aan. De benodigde middelen zijn er in overvloed, nu alleen nog een Global Head of Online Marketing die ze op een slimme en effectieve manier inzet.



Global Head of Online Marketing

De Global Head of Online Marketing is een sterke analyticus en online-marketingexpert in één. Zij/hij is verantwoordelijk voor de totale performance van alle internationale e-commerce-platformen en lid van het Marketing MT. Ruime ervaring in het opzetten van schaalbare en geautomatiseerde online-marketingstructuren in internationale omgevingen is dus noodzakelijk. Niet alleen op operationeel vlak, maar ook op strategisch level draait deze specialist aan de juiste knoppen.

De ideale kandidaat heeft een internationale mindset, ziet makkelijk kansen en speelt hier snel op in. Zij/hij managet de snelle groei en heeft binnen het online-marketingteam een leidinggevende rol. Goed ontwikkelde sociale vaardigheden zijn daarom een must. Het huidige team bestaat uit negen personen: zeven in-house, twee extern. Aan de Global Head of Online Marketing de taak om dit internationale online-performance-team verder uit te bouwen.

Meer assortimenten aanbrengen, meer consumenten aanspreken en dus meer kanalen aanboren. De Global Head of Online Marketing is de drijvende kracht achter de acquisitie- en retentieperformance van Creative Group. Hij definieert de online-marketingstrategie voor de verschillende landen en zorgt voor een slimme en schaalbare inzet van de kanalen. Samen met de Global CLM Director ontwikkelt zij/hij de optimale retentiestrategie. Verder focust het online-marketingteam zich op de B2C-markt van de producten, voor zowel paid- als non-paid-performance.

“Het slim en schaalbaar opzetten van onze internationale online-marketingcampagnes is key focus voor dit jaar. We hebben ons eigen datawarehouse en ons CDP is ingericht. Op technologisch vlak gebeuren hier interessante dingen en vrijwel allemaal in-house. Met 120 fte zijn we snel en scherp, maar hebben we wel de funding om met de grote spelers mee te spelen.”

– Fabian Spaargaren, CMO ai.

De complexiteit van deze rol zit niet alleen in de snelle groei. De voornaamste uitdaging voor de Global Head of Online Marketing zit in het feit dat deze snelle groei in meerdere landen tegelijk plaatsvindt. Naast alle wereldwijde merken is deze persoon ook verantwoordelijk voor de online-marketingstrategie van zes lokale merken. De gewenste kandidaat heeft daarom een helikopterview en prioriteert als de beste.

Al met al is de Global Head of Online Marketing een belangrijke motor voor de algemene bedrijfsprestaties van Creative Group. Zij/hij werkt vanuit Amsterdam.





Interesse?

Creative Group 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

