



JUMBO

Daar gebeurt het!

Manager Digitale Propositie

De Manager Digitale Propositie stuurt een team van Product Owners aan om samen de ideale omnichannel klantreis te ontwikkelen. De missie is om niet de performance van individuele proposities maar de totale customer lifetime value te vergroten. Dit is een prachtige uitdaging door de combinatie van innovatie, grootschalig bereik, een best-in-class team en stakeholdermanagement tot op het hoogste niveau.

Voor wie?

- WO-achtergrond
- Minimaal 10 jaar ervaring
- Product Manager of Product Owner
- Consulting is een pre
- Team- én stakeholdermanagement

Over Jumbo

De op-één-na-grootste supermarktketen van Nederland bestaat 99 jaar. Dankzij een stevige buy-and-build-strategie is de keten de afgelopen jaren hard gegroeid. Door de jaren heen haalde Jumbo het nieuws met onder meer de acquisities van C1000, Super de Boer, La Place, Emté, Smulweb en filialen van Marqt, Hema en Udea. Ook innovaties zoals Jumbo Foodmarkt, Jumbo City, Jumbo.com, Jumbo Foodcoach en Jumbo Extra's dragen bij aan het succes.

Marketingafdeling

Aan het hoofd van de marketingafdeling staat Roy van Keulen, Executive Director Marketing & Online. Zijn afdeling bestaat uit zes teams:

Brand – voor merkactivatie en het design van het private label.

Content – zowel on- als offline.

Personalisatie – met als doel marktpenetratie en loyalty te vergroten.

Media – zowel de in- als de verkoop hiervan.

Foodcoach – een app die dankzij unieke software een persoonlijk en professioneel voedingsplan voor de gebruiker ontwikkelt en de bijbehorende boodschappenlijst genereert. Op dit moment is de app alleen gericht op fanatieke wielrenners, maar er wordt aan gewerkt het concept toegankelijk en relevant te maken voor de gehele Jumbo doelgroep.

Digitale Proposities – een team van Product Owners. Zij werken in for-purpose-teams samen met onder meer IT en e-commerce. Dit team wordt aangestuurd door de Manager Digitale Propositie.



2020 voor Jumbo

De strategie voor 2020 staat in het teken van kortere lijnen, meer efficiëntie en hogere effectiviteit. Het uiteindelijke doel: zorgen dat Jumbo verder kan groeien en een ondernemende, klantgerichte onderneming blijft.

In het FD van 25 mei 2020 licht CFO Ton van Veen toe wat de coronacrisis heeft gebracht voor Jumbo. “We zien patronen in boodschappen doen veranderen. Het aandeel van online groeit sterk. Waar onze winkelomzet dit jaar tot nu toe met 15% steeg, namen de online verkopen met 50% toe. Dat is mooi, maar zet ook onze winstgevendheid onder druk. De opbrengsten van boodschappen bezorgen vallen immers in het niet bij de marges die stenen winkels opleveren.” Die ontwikkeling maakt het des te urgenter voor Jumbo om de customer lifetime value (CLV) van haar klanten onder de loop te nemen.

Customer Lifetime Value

Jumbo werkt met een holistische blik op CLV. Hoewel individuele e-commerce-transacties nog niet rendabel zijn, levert een klant die online bij Jumbo shopt ook waarde op andere manieren. Denk bijvoorbeeld aan backmarge, marketingwaarde via de mediaservices van Jumbo en klanttevredenheid waardoor de klant ook offline bij Jumbo komt winkelen. Deze factoren tellen allemaal mee voor de CLV van die klant. Het doel is niet om individuele transacties winstgevend te maken, maar dat zo veel mogelijk klanten onder de streep een positieve CLV hebben.

Manager Digitale Propositie

De missie van de Manager Digitale Propositie is om samen met het team de omnichannel klantreis te verbeteren, van awareness, interest en consideration tot en met loyalty en advocacy. Het resultaat: een positieve impact op de totale CLV van zo veel mogelijk klanten.

“Je gaat hier mede-vormgeven hoe omnichannel foodretail er de komende jaren uit gaat zien.” – Roy van Keulen, Executive Director Marketing & Online

Concreet is de Manager Digitale Propositie verantwoordelijk voor de digitale proposities binnen Marketing, van visie tot implementatie en integratie. De visie voor de digitale proposities ontwikkelt hij/zij op basis van markt-, klant- en concurrentiedata en feedback. Vervolgens vertaalt hij/zij deze visie naar een concreet implementatieplan dat aansluit op het Jumbo-merk en Jumbo's visie op IT.

Heel belangrijk: het blijft niet alleen bij mooie plannen. Voor de implementatie geeft de Manager Digitale Propositie direct leiding aan de Product Owners in het team Digitale Proposities – respectievelijk voor Jumbo Extra's, Smulweb en Inspiration App & Web. Ook werkt hij/zij nauw samen met de Product Owner Foodcoach. Als propositie-eigenaar van het digitale front-end zal de Manager Digitale Propositie alles in het werk stellen om te zorgen dat alle bestaande en nieuwe digitale marketingproposities naadloos op elkaar afgestemd en aangesloten worden. Hij/zij rapporteert aan de Executive Director Marketing & Online.





Interesse?

Jumbo werkt voor invulling van deze vacature met Top of Minds.
Neem voor meer informatie contact op met Hayke Tjemmes

Hayke Tjemmes

hayke.tjemmes@topofminds.com

