



VACATURE



Head of Product

Nog vóór 2020 ten einde is, wil de succesvolle fintech scale-up Recharge.com uitbreiden. Niet alleen via het aanboren van nieuwe markten, maar ook de bouw van de beste digitale producten op het gebied van top-up en gift-cards. En om deze innovatieve producten tot leven te brengen, staat een commercieel ingestelde Head of Product aan het roer.

Voor wie?

- Minimaal 8 jaar werkervaring in productmanagement
- Leidinggevende ervaring in product- of UX-designteams
- Binnen een snelgroeiende omgeving

Recharge.com

Over de hele wereld snel, veilig en eenvoudig digitaal (bel)tegoeden kopen, verzenden en uitwisselen, doe je via Recharge.com. Hun geavanceerde software maakt het voor iedereen ter wereld mogelijk om prepaid-creditcards, cryptovaluta en online tegoeden voor internationale A-merken, zoals Google, Netflix en Spotify, te kopen. En ben je in het buitenland en zit je om een bel- of databundel verlegen? Ook hiervoor ben je bij Recharge.com aan het juiste adres.

Wat in 2003 onder de naam 'Creative Group' start als een idee om tegoeden te digitaliseren, is ondertussen uitgegroeid tot een internationale scale-up met een jaarlijkse omzet van 200 miljoen (2019). De ontwikkeling van nieuwe producten en marktexpansies hebben Recharge.com de afgelopen vijf jaar een snelle groei bezorgd. Het hoofdkantoor staat in Amsterdam, maar het bedrijf is inmiddels met 120 fte actief in meer dan 130 landen wereldwijd.

“De markt voor digitaal opwaarderen staat nog in de kinderschoenen, de infrastructuur is nog helemaal ingericht op fysieke retail. Recharge.com brengt daar nu verandering in.” – Günther Vogelpoel, CEO

Met de kapitaalinjectie van 22 miljoen euro door technologie-investeerder Prime Ventures bereidt Recharge.com zich voor op een nog snellere, wereldwijde groei. De groei-ambities liegen er namelijk niet om. Ondanks de pandemie tikt de het bedrijf dit jaar een groei van 60 procent aan. Een groeitempo dat het bedrijf wil aanhouden, want binnen drie jaar staat er een omzet van 1 miljard euro op de planning.

Al met al wil Recharge.com zich naast de snelle internationalisering en teamuitbreiding zich in de toekomst meer toespitsen op cross-bordertransacties. Er is een driejarenplan met daarin het doel om horizontaal uit te breiden, ofwel: nieuwe producten ontwikkelen en toevoegen. Het fundament van deze groei wordt gelegd in het productteam, met aan het hoofd: de Head of Product.



Head of Product

De gedreven Head of Product heeft een duidelijke missie: van het Recharge.com-product dé global leader in exchanging digital value maken. Zowel het productteam, de processen als het platform tilt zij/hij feilloos naar een hoger niveau. De beste user-experience creëren staat op nummer één, zonder hierbij het commerciële doel van het Recharge.com-product uit het oog te verliezen. In deze functie houdt de Head of Product zich bezig met de strategie, maar deinst ook niet terug voor enig hands-on-werk.

Als lid van het vijfköppige Product Tech MT is zij/hij verantwoordelijk voor de vertaalslag van het commerciële driejarenplan naar een heldere productvisie. Hiervoor schakelt zij/hij regelmatig met diverse – internationale – stakeholders en teams over productverbeteringen en nieuwe features. De ideale kandidaat kan dus makkelijk en overtuigend communiceren. Bovendien voelt de Head of Product zich comfortabel in een wendbare omgeving en brengt hierin eenvoudig focus aan.

Een efficiënte executiemachine waarmee de innovatie en groei van Recharge.com een flinke boost krijgt, dát is wat de Head of Product gaat bouwen. Zij/hij zorgt voor een sterke visie binnen het groeiende productteam met hierin zeven Product Owners, een UX Lead en twee UX Designers. Dankzij de Head of Product vaart het team op de juiste koers en weet iedereen precies hoe en waar zij/hij de meeste impact kan maken. Met snellere en betere resultaten als gevolg. Dit stevige bouwwerk wordt gemaakt in nauwe samenwerking met Yevgen Kovalienia, Head of Engineering.

Om de allerbeste gebruiksproducten op het gebied van top-up en gift-cards te maken, heeft de Head of Product aan alleen een onderbuikgevoel geen boodschap. Worden er nieuwe features gebouwd, dan zijn deze gebaseerd op (markt)onderzoeken en best practices. Denk hierbij aan competitive landscape-analysen op papier zetten of het opzetten van diverse gebruikersonderzoeken. Ook maakt zij/hij goede afwegingen wat betreft roadmap-beslissingen. Wat gaat een bepaald product Recharge.com commercieel opleveren en hoe verhoudt dit zich tot de concurrent? De Head of Product biedt het verlossende antwoord.

“We groeien als een kool en werken met enthousiaste, jonge mensen waar verandering in het DNA zit. Op product- & tech-gebied krijgt de Head of Product carte blanche, niets is onbespreekbaar.”

– Bas Anneveld, CTO a.i.



Interesse?

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

Hayke Tjemmes

hayke.tjemmes@topofminds.com

