

International Marketing Director

Bossen, duinen, brede zandstranden en wellnesscomplexen – door maatregelen om COVID-19 in te dammen, ontdekken Europeanen massaal de vakantiehuisjes in eigen land. Landal GreenParks maakt een ontspannen én veilige vakantie voor iedereen mogelijk. In het binnenland, maar nu de maatregelen versoepelen óók in acht andere Europese landen.

De organisatie staat aan het begin van een periode van professionalisering en expansie. Dit is hét moment om in te stappen voor een International Marketing Director die ongekende groei wil realiseren met een reeds succesvol merk.

Over Landal Greenparks

Landal GreenParks is de succesvolle uitbater van ruim 90 vakantieparken in negen Europese landen. De organisatie van Nederlandse bodem begon in 1954 met de aankoop van het vakantiepark Rabbit Hill in Gelderland. Inmiddels verzorgt Landal GreenParks management, beheer en verhuur van de meer dan 13.700 accommodaties en 1.450 campingplaatsen.

Of het nu om een eigen vakantiepark of een franchise gaat, het uitgangspunt is de nauwe verbondenheid met de naaste omgeving. Landal Greenparks maakt zich sterk voor de natuur, de gast en de samenleving.

“Enerzijds groeit ons portfolio hard en wordt het steeds diverser. Anderzijds zijn mensen door COVID-19 eerder geneigd om binnen eigen landgrenzen vakantie te vieren, wat een uitgelezen kans is voor Landal GreenParks. Beide ontwikkelingen vragen om een herziene marketing aanpak.” - Mikael Andersson, CCO.

Awaze

Landal GreenParks is onderdeel van Awaze, de grootste aanbieder van vakantie-accommodaties in Europa. Awaze werd opgericht nadat de Amerikaanse durfinvesteerder Platinum Equity in mei 2018 een aantal bedrijven uit de recreatiesector overnam van Wyndham Worldwide, waaronder Landal Greenparks.

De andere merken onder de paraplu van Awaze zijn cottages.com, Hoseasons, James Villa Holidays en Novasol. Met in totaal meer dan 110.000 accommodaties in 36 landen bedienen deze merken jaarlijks meer dan acht miljoen vakantiegangers. Bij Awaze werken in totaal bijna vijf duizend medewerkers, waarvan drie duizend bij Landal GreenParks.

Sinds de overname door Platinum Equity bevindt Landal GreenParks zich in een stroomversnelling. Met de nieuwe CEO Dirk Anbeek, de nieuwe CCO Mikael Andersson en de eerste reorganisatie in de geschiedenis van het bedrijf beginnen zich de contouren van de nieuwe organisatie af te tekenen: consumer-centric, fact-driven en performance-based.

De groeiambities liegen er niet om: ieder jaar vijf tot tien nieuwe parken openen, meer diversiteit in de parken zodat verschillende doelgroepen kunnen worden aangesproken, en door slimmere marketing het hele jaar door een hogere bezettingsgraad in alle parken. Loyaliteit speelt daarbij een belangrijke rol: op dit moment komt 60 procent van de bezoekers binnen twee jaar terug bij Landal. Er liggen kansen om dit nog verder te verhogen door bezoekers te verleiden niet alleen op reguliere vakantiemomenten een bungalowpark op te zoeken, maar bijvoorbeeld ook voor een weekendje weg.





Dirk Anbeek

Algemeen Directeur

Sinds maart 2019 staat Dirk Anbeek aan het roer van Landal GreenParks. Hiervoor was Anbeek bestuursvoorzitter van vastgoedonderneming Wereldhave, waar hij in 2009 in dienst kwam en in 2012 werd benoemd tot algemeen directeur. Voordat hij bij Wereldhave in dienst kwam, bekleedde Anbeek bij Ahold gedurende meerdere jaren verschillende leidinggevende functies in diverse Europese landen.

“Landal GreenParks is een fenomenaal merk,” aldus Anbeek. “Samen met alle collega’s, eigenaren en aandeelhouder Platinum Equity, hebben we een unieke kans om het toch al succesvolle Landal nog verder uit te bouwen. Kostenreductie en winstverbetering zijn nodig om te investeren in de kwaliteit van onze dienstverlening en het behouden van onze marktleiderspositie. Onze ambitie is om nog harder te groeien dan de afgelopen jaren. We willen deze groei deels binnen de bestaande parken realiseren (autonome groei) en deels door overnames en bouw van nieuwe parken.”

Mikael Andersson CCO

Mikael Andersson is sinds oktober 2019 CCO van Landal GreenParks. De Zweed brengt ervaring mee vanuit de reisbranche (NH Hotels en Expedia) maar ook daarbuiten (WE Fashion Group).

“Landal GreenParks is een prachtig merk, met internationaal gezien een enorm groeipotentieel,” aldus Mikael Andersson. “Het draait ontzettend goed, terwijl er vanuit marketingperspectief nog zo veel beter gedaan kan worden. Denk aan de implementatie van een revenue-managementsysteem, focus op verdere optimalisatie van de websites en het doorontwikkelen van het Contact Center. Ook richt ik het marketingteam nu in rondom de bestemmingen in plaats van de herkomst van de bezoekers, zodat we uiteindelijk meer accommodaties vullen. De nieuwe Marketing Director speelt daarbij een belangrijke rol.”



Vacature International Marketing Director

Dit is een unieke kans voor een International Marketing Director om grote impact te maken op de performance van een succesvol A-merk. Zij/hij staat aan het roer van het internationale offline-marketingteam en heeft als missie de bezettingsgraad van alle parken het hele jaar door te verbeteren. De International Marketing Director is lid van het Commercial Leadership Team en rapporteert rechtstreeks aan de CCO.

Zij/hij is verantwoordelijk voor alle offline campagnes, van overkoepelende Landal-branding tot marketingproposities voor individuele parken, marketing-partnerships en loyalty-campagnes. Denk aan een specifieke campagne voor een luxe resort als Hof van Saksen en de recente partnerships met Natuurmonumenten en de HEMA bungalowweken.

De indeling en werkwijze van het internationale marketingteam is sterk veranderd met de komst van Mikael Andersson als CCO. Waar het team voorheen was ingedeeld naar herkomst van de bezoekers, is het nu ingedeeld naar bestemmingen.

“Marketing gaat om engagement en activatie.
De beste campagnes versterken niet alleen het
merk, maar zorgen ook voor conversie.”

- Mikael Andersson, CCO

Het multidisciplinaire team van de International Marketing Director bestaat uit:

- Regionale Marketing Managers voor de Benelux North, Benelux South, DACH en Denemarken;
- Een Manager voor het onboarden en introduceren van nieuwe parken;
- Een Content Coördinator;
- Een Marketing Analyst.

Indirect geeft de International Marketing Director richting aan het centrale digitale marketingteam als het gaat om lokale en regionale campagnes.

Door de nieuwe teamindeling kan er beter gestuurd worden op de bezetting van álle parken. En dat is precies waar de International Marketing Director bij komt kijken. Zij/hij inspireert het team om nieuwsgierig, analytisch en creatief te werk te gaan. Nieuwsgierig zijn betekent: manieren zoeken om het resultaat van campagnes meetbaar te maken.

Maar ook: willen weten wat loyaliteit van bezoekers drijft. En: per park uitzoeken wat kansen zijn om bezoekers niet alleen tijdens de gebruikelijke vakantiemomenten maar juist ook tijdens dalmomenten naar de parken te trekken. Zo valt er flinke winst te behalen door een bungalowpark in een skiresort in de lente- en zomermaanden onder de aandacht van bergwandelaars te brengen. Creativiteit uit zich niet alleen in de ontwikkeling van campagnes, maar ook bij het aanboren van nieuwe saleskanalen en partnerships.

Voor wie?

- Academische opleiding
- Nederlands, Engels en bij voorkeur Duits
- Minimaal 8 jaar marketingervaring
- Bij voorkeur binnen FMCG & hospitality / leisure
- Test-en-leer-mentaliteit, nieuwsgierig en resultaatgericht
- Inspirerend en motiverend leider
- Bereid om af en toe te reizen





JANKO KLAEIJSSEN
jankoklaeijsen@topofminds.com

