



#VACATURE



E-Commerce Content Manager EU & ANZ

Met sterke merken als Sagrotan en Lysol heeft RB in de frontlinie van de wereldwijde strijd tegen COVID-19 gestreden. Omdat steeds meer consumenten hun producten online kopen, is het indirecte e-commerce kanaal een belangrijke groeimotor geweest voor RB. Voor het optimaliseren van de manier waarop de producten van RB worden gepresenteerd in online winkels over de hele wereld, is RB op zoek naar een E-Commerce Content Manager EU & ANZ.

Voor wie?

- Minimaal 4 jaar relevante ervaring
- Ervaring met DAM en/of PIM inrichting, onderhoud en uitrol
- Ervaring op het gebied van productie en content management
- Salsify en Clavis of soortgelijk

Over RB

RB is het FMCG-bedrijf achter een aantal van 's werelds meest geliefde merken in de categorieën Health, Hygiene en Nutrition. De Hygiene business unit is gevestigd in Amsterdam (Schiphol). Tot hun portfolio behoren wereldwijde powermerken als Harpic, Cillit Bang, Finish, Calgon en AirWick en de marktleidende oppervlaktedesinfectiemiddelenmerken Lysol en Sagrotan.

“De wereld is in 2020 onherkenbaar veranderd. De kans is groot dat COVID-19 voorlopig nog deel van ons leven zal blijven uitmaken en als maatschappij verankeren we daarom nieuwe hygiënepraktijken om onze manier van leven te beschermen. Het doel van RB, dat erop gericht is om te beschermen, te genezen en te verzorgen in het meedogenloze streven naar een schonere en gezondere wereld, is nog nooit zo relevant geweest, en de inspanningen van onze mensen zijn nog nooit zo belangrijk geweest. Ik ben hen zeer dankbaar.”

– Laxman Narasimhan, Chief Executive Officer

Als indirect gevolg van de pandemie is de e-commerce omzet van RB aanzienlijk gegroeid. Naar schatting neemt het e-commerce kanaal 12 procent van de netto-omzet van de eerste zes maanden voor haar rekening. Op het hoofdkantoor van Global Hygiene in Amsterdam heeft zich een kans aangevend voor een contentmanagementprofessional om bij te dragen aan een van de belangrijkste groeimotoren van het bedrijf op mondiaal niveau: E-Commerce Content Manager EU & ANZ.





#VACATURE

E-Commerce Content Manager EU & ANZ

Deze rol heeft als missie om verkeer op e-commerce websites van derden om te zetten in kopers. De E-Commerce Content Manager zal het eigenaarschap en het beheer van de e-commerce content van RB op zich nemen – van contentcreatie en internationaal asset management tot syndicatie, prestatiebewaking en optimalisatie.

Zij/hij zal dit doen in samenwerking met lokale contentmanagers voor Europese landen, Australië & Nieuw-Zeeland, Rusland en Turkije. De samenwerking kan het best omschreven worden als 'leading by doing'. De E-Commerce Content Manager zal hoogwaardige content creëren voor alle NPD's, merkpagina's en eventpagina's. Deze content zal naar de landen worden doorgestuurd, waar het door de lokale partijen in de markt wordt gelokaliseerd. Ook zullen zij proactief e-commerce best practices en inzichten over de verschillende markten delen.

Hierdoor zal de organisatie efficiënter zijn en zal de online merkaanwezigheid meer uniform en dus sterker zijn.

Om dit proces verder te optimaliseren zal de E-Commerce Content Manager de ontwikkeling van een uniforme manier van werken met een consistent systeemlandschap in alle landen stimuleren – van asset management (Veeva) tot syndicatie (Salsify) en analyse en rapportage (Clavis). Ze zullen Clavis gebruiken om de prestaties in elke markt te controleren, leemtes te definiëren en gap-analyses uit te voeren alvorens de nodige stappen te bespreken met de lokale content managers met het oog op het verbeteren van de ratings en het optimaliseren van de conversie.



De E-Commerce Content Manager zal het belangrijkste aanspreekpunt zijn voor IT met betrekking tot de inrichting, verbetering en implementatie van verschillende systemen in de markten. Zij/hij zal verantwoordelijk zijn voor de implementatie van GRIP en zal de content ontwikkelen met behulp van CGI in plaats van fotografie.

Verder zal zij/hij de markt verkennen voor de beste oplossing om de inhoudelijke prestaties centraal te overzien en onderzoeken of Clavis nog steeds het beste programma is, of dat het wellicht aan vervanging toe is.

Door de sterke prestatiecultuur van RB en de hoge mate van zichtbaarheid van deze rol in de hele organisatie, wordt succes in deze rol beloond met aantrekkelijke carrièremogelijkheden.

"Ik heb bij vier grote FMCG-bedrijven gewerkt en ik vind dat bij RB het gevoel van eigenaarschap sterker en breder is. Het is eigenaarschap van het doel, niet eigenaarschap van de taak. We houden van mensen die verbonden zijn met de uitkomst van de rol en die dat echt eigen willen maken en vooruit willen helpen."

– Steve Cottrell, Global Trade Marketing Director



Interesse?

RB werkt voor invulling van deze vacature met Top of Minds.
Neem voor meer informatie contact op met Gijs Millaard.

Gijs Millaard

gijs.millaard@topofminds.com

