



Head of Buying Electronics & Toys

Van classy tot casual. Van sjiek tot shabby. Wat je ook zoekt, bij bol.com vind je het. En meer. De Head of Buying is een inkoopstrateeg die zorgt dat assortiment op het gebied van Electronics & Toys inspeelt op de wensen van de klant én blijft inspireren.

Voor wie?

- Vanaf 12 jaar ervaring
- Inkoopstrateeg, bij voorkeur binnen online retailer
- Leidinggevende ervaring
- Sparringpartner op directieniveau
- Datagedreven en analytisch

Over bol.com

Met pakweg 11 miljoen actieve klanten en een assortiment van ruim 23 miljoen artikelen is bol.com is de online marktleider. Het online warenhuis heeft een bijzonder breed aanbod. Van boeken, muziek en games tot babyspullen, huishoudelijke apparaten en nog veel meer. Een significant deel hiervan wordt aangeboden en geleverd door pakweg 30.000 verkooppartners. Dat is een zogenaamde 'triple-win': de verkopers profiteren van het grote bereik van het platform, bol.com heeft baat bij de samenwerking doordat het productaanbod groeit en de klant heeft meer keus. Daarnaast heeft de e-tailer nog steeds een breed eigen aanbod.

"Samen veranderen we retail om het dagelijks leven makkelijker te maken."

Dagelijks werken zo'n 2000 mensen aan het verbeteren van de customer-journey en klantervaring. Dat doen ze op een analytische en data-gedreven manier. Bol.com begrijpt wat de klant wil – dat is de sleutel tot het succes en de razendsnelle groei van het innovatieve platform.

De groeiambities van bol.com kunnen alleen duurzaam gerealiseerd worden als het bedrijf consequent de juiste strategische keuzes maakt. Dat is een uitdaging in e-commerce, waar het aantal kansen nagenoeg oneindig is. Daarom stelt bol.com hoge eisen aan het analytische en conceptuele vermogen van medewerkers op alle fronten.



Head of Buying Electronics & Toys

De Head of Buying heeft grote impact op de business als inkoopstrategen voor het grootste cluster, als ontwikkelaar van het inkoopteam (30 fte) en als sparringpartner voor de directeur van Retailer1, Finance, en soms de directie.

De eerste stap is de inkoopvisie, strategie en jaarplannen te ontwikkelen voor het eigen assortiment van bol.com in de categorieën Electronics en Toys. Het doel is het behalen van omzetgroei en voldoende marge vanuit een brede selectie van producten en leveranciers. De Head of Buying onderhandelt de zwaarste contracten zelf uit.

Het blijft natuurlijk niet bij mooie plannen, de Head of Buying zorgt ook voor draagvlak en de implementatie. Door een state-of-the-art inkooporganisatie te ontwikkelen, een datagedreven cultuur te voeden die gericht is op continue verbeteringen, schaalbaar offer- en leveranciersmanagement, en door de samenwerking met bestaande en nieuwe leveranciers te versterken.

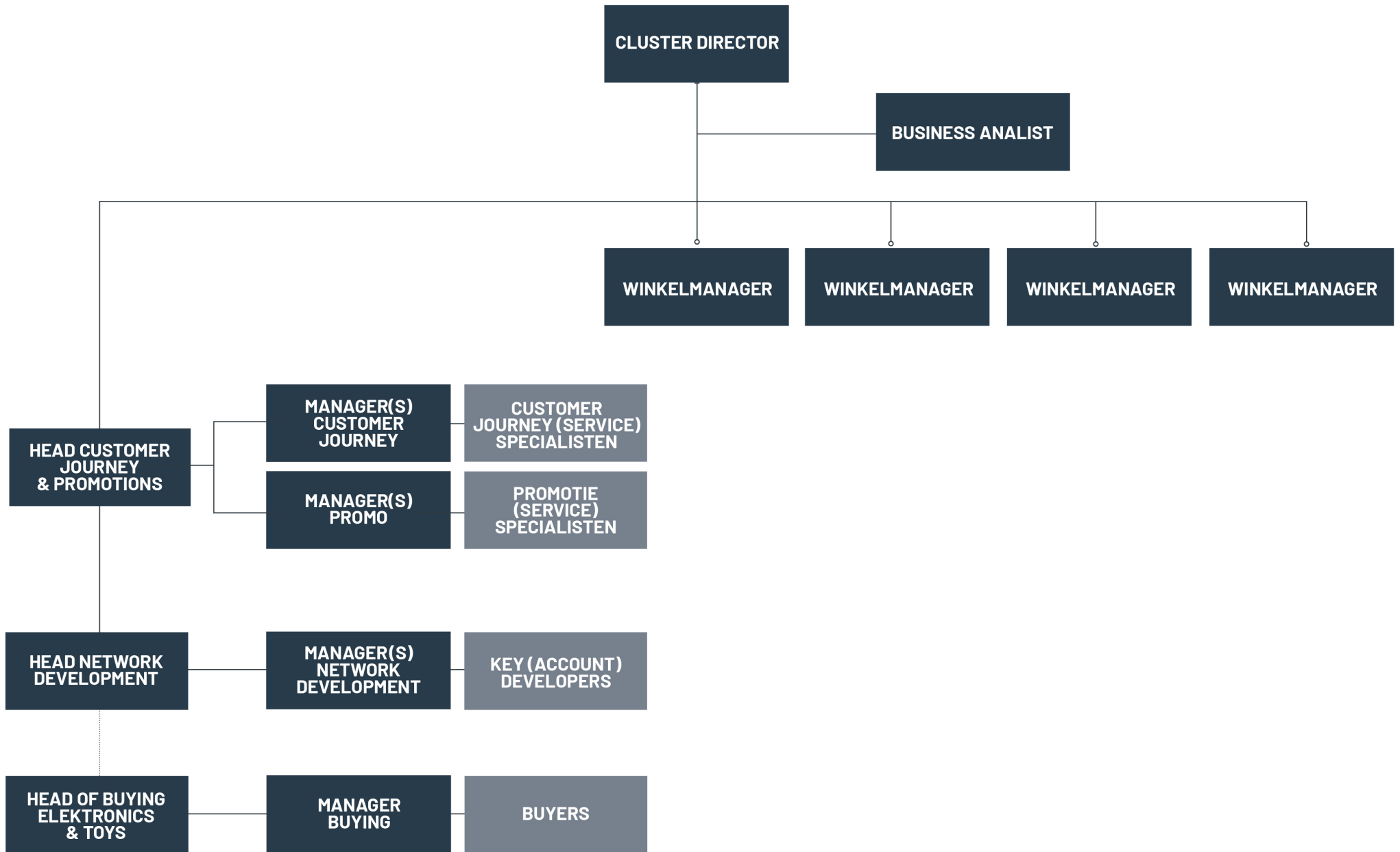
Electronics & Entertainment

De commerciële organisatie is ingedeeld als een matrix en kent drie clusters, waarvan Electronics & Entertainment het grootste is. De clusters worden ondersteund door functionele experts, bijvoorbeeld op het gebied van pricing en supply chain.

De Head of Buying manageert de inkoop van pakweg 70 duizend artikelen binnen dit cluster. De markt voor deze categorieën is divers en dynamisch. De gemene deler is dat het sterk competitieve segmenten zijn met een hoge mate van digitale volwassenheid. Bovendien gaan de ontwikkelingen zo snel dat de winnende strategie van vandaag, morgen de finish misschien niet haalt. Een datagedreven werkwijze en open mindset zijn dan ook cruciaal om te blijven winnen.

Als lid van zowel het bredere inkoop-MT als van het Cluster-MT geniet deze rol veel exposure binnen de organisatie. De Head of Buying coacht een team van vijf of zes managers en ontwikkelt de hele inkoopafdeling. Deze rol rapporteert hiërarchisch aan de Director Eigen Inkoop, Bram van Driel en met een dotted line aan de Cluster Director, Joris Drabbe.







Interesse?

Bol.com 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

