



E-Commerce Manager

Upfield staat voor gezonde en klimaatbewuste voeding. De spin-off van Unilever wil consumenten de voordelen van plantaardige producten laten zien en ze aanzetten tot het maken van bewuste keuzes over voeding. Online valt nog een wereld te winnen. Aan de E-Commerce Manager om die potentie te verzilveren.

Voor wie?

- 8+ ervaring in e-commerce
- Sales
- Marketing
- Datagedreven
- Resultaatgericht
- FMCG-ervaring
- Stakeholdermanagement
- P&L verantwoordelijkheid

Over Upfield

Toen eind 2018 de spreads-business van Unilever werd overgenomen door private equity partij KKR, ontstond Upfield. Het moederbedrijf van iconische A-merken als Becel, Bertolli, Blue Band en Croma is wereldwijd leidend op het gebied van plantaardige voedingsproducten, en is met ruim 4000 medewerkers actief in 95 landen. In Nederland is Upfield met een marktaandeel van 47% marktleider. Binnenkort verhuist het kantoor vanuit Rotterdam naar Amsterdam.

De komende jaren zet Upfield vol in op schaalvergroting. Want dat de potentie in de markt nog lang niet volledig benut is, staat vast. Een buy-and-build strategie is daar een onderdeel van (zo nam Upfield onlangs nog een Griekse toonaangevende producent van vegan kaas over), maar ook de ontwikkeling van een state-of-the-art R&D centrum in Wageningen levert daar een wezenlijke bijdrage aan. Ook de E-Commerce Manager speelt een cruciale rol in het realiseren van de groeiambities, want online liggen er voor Upfield nog legio kansen.





E-Commerce Manager

Producten van Upfield online optimaal laten converteren, is best een uitdaging. Immers, de kans dat een consument online expliciet op zoek gaat naar een pakje boter is niet heel groot. Het scenario waarbij de consument al shoppend voor andere producten en passant ook een pakje boter in het digitale winkelmandje legt, is aannemelijker. De crux zit hem voor de E-Commerce Manager om uit te vinden op welk moment tijdens de shopper journey de producten van Upfield voor de consument relevant zijn. Met die kennis in huis, kan zij/hij een succesvolle e-commerce strategie uitstippelen en ervoor zorgen dat Upfield de gedroomde online overperformer wordt.

Online value share vergroten

De E-Commerce Manager schakelt zelfstandig met klanten als Albert Heijn, Jumbo, Picnic en Amazon. Daarbij werkt zij/hij in close alignment met de verschillende Sales Managers. Samen bekijken ze het speelveld en bepalen ze hoe de klant op de verschillende kanalen het best bediend kan worden. Uitkomsten en bevindingen vertaalt de E-Commerce Manager door naar actionable insights die vervolgens meteen geïmplementeerd kunnen worden. De ambitie is om online een net zo groot aandeel te verkrijgen als in de fysieke winkels. Het verschil tussen beide is nu nog significant. De E-Commerce Manager begrijpt de dynamiek van het digitale schap en weet dit het online aandeel binnen de categorie tot fair share te brengen.

E-com-evangelist

Het integreren van e-commerce in de strategie van Upfield staat eveneens bovenaan de agenda van de E-Commerce Manager. Er liggen op alle vlakken nog veel digitale kansen. Om deze optimaal te verzilveren, is een stevige connectie tussen e-commerce, marketing, sales en category management essentieel. De E-Commerce Manager brengt deze partijen als ware evangelist bij elkaar en zorgt voor onderlinge alignment.

Op basis van de data vertaalt de E-Commerce Manager inzichten door naar effectieve campagnes met het juiste assortiment op het juiste kanaal en de juiste marketing- en salesexecutie. In de dagelijkse praktijk werkt de E-Commerce Manager nauw samen met Head of Global E-Commerce Eric Smeding om het e-commerce kanaal verder te ontwikkelen en in de organisatie te integreren. Ook schakelt zij/hij veel met het digital marketing team, sales en andere in- en externe stakeholders.

“De E-Commerce Manager is geen onderdeel van de radar: zij/hij is de radar. Ownership krijgt in deze rol een geheel nieuwe betekenis: de E-Commerce Manager is end-to-end owner van het hele e-commerce spectrum van Upfield.” – Sander Leenders, Commercial Director

Op weg naar een data-savvy organisatie

Tot slot zorgt de E-Commerce Manager ervoor dat data in alle lagen van de organisatie een sturende rol krijgen. Met haar/zijn datagedreven aanpak helpt de E-Commerce Manager om van Upfield een meer data-savvy organisatie te maken. Waardevolle inzichten die de data opleveren, vormen vanaf nu de basis voor toekomstige campagnes en activiteiten.

De rol vraagt om een stevige kandidaat die zowel intern als extern optreedt als hét gezicht van Upfield's e-commerce. Gedegen kennis van sales, marketing en e-commerce is een must, evenals een flinke dosis digital savviness. Zij/hij is P&L verantwoordelijk en sluit elke maand af met een overleg met de commercieel directeur. Ervaring in de FMCG is een vereiste, net als een ambitieuze can-do attitude.

Snelheid van een startup, slagkracht van een multinational

De E-Commerce Manager rapporteert direct aan Sander Leenders, Commercieel Directeur Upfield, met een dotted line naar Eric Smeding, Head of Global E-Commerce. Upfield is een gedreven organisatie waarin snel geschakeld wordt en lijnen kort zijn. Met de snelheid van een startup en de slagkracht van een multinational zijn ze hard op weg hun ambitieuze doelstellingen meer dan waar te maken.





Interesse?

Upfield werkt voor invulling van deze vacature met Top of Minds.
Neem voor meer informatie contact op met Janko Klaeijsen.

Janko Klaeijsen

janko.klaeijesen@topofminds.com

