



essent

essent

KANDIDAATPROFIEL

Manager Branding

Voor wie?

- 7+ jaar ervaring in B2C merkcommunicatie en media
- Ervaring met online branding en digitale campagnes
- Ervaring aan bureau- en klantzijde is een pre
- Leidinggevende ervaring
- Stakeholdermanagement



Deze maand lanceerde Essent de nieuwe campagne 'Energie van vandaag'. Communicatie over de energietransitie moet niet langer groots en meeslepend zijn, maar dichterbij de mensen gebracht worden. De nieuwe positionering brengt nieuwe beloftes, waarden en communicatie met zich mee. De Manager Branding vertaalt dit optimaal door naar nieuwe proposities, en heeft daarbij een scherp oog voor het digitale speelveld.





OVER HET BEDRIJF

Over Essent

De ambitie van Essent is duidelijk: in de continu veranderende wereld van energie en gas de onbetwiste nummer 1 zijn én blijven. Een heldere, onderscheidende en herkenbare positionering is cruciaal om die ambitie waar te maken. Als grootste speler op de Nederlandse energiemarkt is Essent al sinds 1995 toonaangevend als het gaat om het verduurzamen van onze maatschappij. Zo was Essent het eerste bedrijf dat op grote schaal groene stroom aanbod. Nog steeds is alles wat Essent doet erop gericht om de energietransitie in volle vaart voort te zetten en Nederland verder te brengen richting het groene-energie-tijdperk. Door ervoor te zorgen dat iedereen z'n steentje bijdraagt én van de voordelen profiteert, hoopt Essent die ambitie waar te maken.

Nieuwe herpositionering van het merk

Om mensen en masse mee te krijgen in die ambitie, is steekhoudende, overtuigende communicatie een must. Voorheen was die teveel gericht op de grotere, abstracte doelen als 'een CO2-neutrale samenleving', 'iedereen van het gas af' en 'een beter klimaat'. Hoewel dat uiteraard nog steeds de hogere doelen zijn, kiest Essent in de nieuwe herpositionering voor een andere communicatieve koers: meer geënt op het abstractieniveau van de consument. Met andere woorden: Essent – verbeeld door vriendelijke monteur Freek – positioneert zichzelf vanaf nu als de toegankelijke partij waar consumenten met al hun praktische vragen terecht kunnen, in ruil voor praktische, betaalbare oplossingen.

De marketingafdeling van Essent telt vier verschillende teams, waar het branding team er een van is. Daarnaast zijn er aparte teams die zich bezighouden met propositie, portfolio en pricing, acquisitie & online en base & loyalty. De team leads werken onderling intensief samen en maken gezamenlijk deel uit van het Management Team van Essent.

Manager Branding

De Manager Branding buigt zich dagelijks over die ene prangende vraag: hoe kun je als merk door nieuwe proposities, communicatie en campagnes waarde toevoegen voor klanten en bedrijven? De crux zit hem in een onovertroffen doorvertaling van de visie, de merkbeloofte en de bijbehorende merkwaarden naar alle touchpoints. Die juiste doorvertaling is de core focus en primaire verantwoordelijkheid van de Manager Branding.

Alle touchpoints volledig 'on brand'

De website en de app van Essent gelden als de belangrijkste touchpoints. In elk contactmoment moet de belangrijkste belofte van Essent – 'zorgeloosheid voor de consument' – volledig tot z'n recht komen. Dat gaat veel verder dan alleen een campagne; daar horen meerdere nieuwe diensten en serviceproducten bij, die stuk voor stuk recht doen aan de merkbeloofte.

De Manager Branding draagt met het branding team verantwoordelijkheid voor de positionering van Essent en alle merkcommunicatie – *van above-the-line* campagnes tot uitingen op social media. Ook de aansturing van de interne- en externe mediabureaus en voor merkonderzoek behoren tot de verantwoordelijkheden van de Manager Branding.

Stevige stakeholdermanager

Ook in de juiste doorvertaling van het merk in alle touchpoints is een belangrijke rol weggelegd voor de Manager Branding. Door het spel van stakeholdermanagement tot in de puntjes te beheersen, zorgt zij/hij ervoor dat nieuwe proposities in de organisatie volledig *on brand* zijn.

Het Brand Team dat de Manager Branding aanstuurt bestaat uit 5 fte en is een goed draaiend, zelfsturend team. De Manager Branding brengt het team op inspirerende, ▶



plezierige wijze naar *the next level*. Daar houdt het niet op: de merkpositionering moet bij elke nieuwe propositie en dienst van Essent de basis vormen. Een stevige stakeholdermanager moet de Manager Branding dus wel zijn, om ook andere teams binnen Essent aan zich – en vooral aan de nieuwe merkpositionering – te binden.

Kennis van het online speelveld

Gedegen kennis van het online speelveld is voor deze rol essentieel. De Manager Branding snapt aan welke eisen een ideale customer experience voldoet en kan dit op elk moment in het bredere plaatje van de customer journey plaatsen. Zij/hij snapt wat een online campagne succesvol maakt, en weet hoe de effectiviteit van elke campagne gemeten kan worden.

Haar/zijn ruime kennis van het online speelveld, platformen en alle digitale mogelijkheden die voorhanden zijn, zorgen ervoor dat de Manager Branding altijd weet welke digitale media geschikt zijn om over een nieuw product of het merk te communiceren of een campagne te voeren. De Manager Branding werkt nauw samen met zowel het in-house bureau als externe agencies, en rapporteert direct aan de Directeur Brand & Marketing, Bas van Vlierden.

Resultaatgedreven teamplayer met een lange adem

De ideale kandidaat is een resultaatgedreven manager die eerder een verantwoordelijke rol bij een digital native product of dienst had. Zij/hij is een kei in het doorvertalen van een merkbefoelde naar proposities, diensten en producten en maakt daarbij optimaal gebruik van het totale mediaspectrum. Iemand die gemakkelijk mensen met zich meekrijgt, maar ook niet bang is om mensen te challengen op ideeën of overtuigingen. Een teamplayer met een lange adem, een strategische en een hands-on mindset, en uiteraard een volle overtuiging voor de energietransitie. ■

Interesse?

Essent werkt voor invulling van deze vacature met Top of Minds. Neem voor meer informatie contact op met Janko Klaijssen via emilyolij@topofminds.com



“De Manager Branding weet precies waar het merk naartoe moet, weet zijn of haar visie overtuigend en enthousiasmerend over te brengen op verschillende doelgroepen binnen de organisatie – van senior management tot callcenter agents – en heeft een feilloos gevoel voor doorvertaling van die visie in de customer journey.”

**Bas van Vlierden,
Directeur Brand & Marketing**