

KANDIDAATPROFIEL

Head of E-Commerce



Voor wie?

- 10+ jaar werkervaring
- E-commerce
- Websitebouw en applicatieontwikkeling
- Leidinggeven
- Internationaal



Light & Living – de Nederlandse groothandel in inspirerende én betaalbare interieurs – gaat bij de grootste van Europa horen. De route daarheen? Nieuwe landen, klanten, concepten en bovenal: meer digitaal. De Head of E-Commerce gaat de online omzet verviervoudigen door de merkbekendheid te versterken en door grote, internationale marketplaces en e-tailers aan te sluiten.



Met een inspirerende collectie sfeervolle verlichting, comfortabele meubels en unieke woonaccessoires maakt Light & Living luxe interieur betaalbaar. Het assortiment van de groothandel kom je tegen in woonwinkels door heel Nederland en online bij specialisten en grote e-tailers als Fonq.nl en bol.com. Ook exporteert Light & Living haar producten naar zo'n tachtig landen, met name Engeland, Duitsland, Frankrijk en de VS.

Light & Living is voortdurend op zoek naar bijzondere artikelen: een onregelmatig patroon, onverwachte structuur, oogverblindende kleur of juist prachtige eenvoud. Met veel liefde voor haar producten, aandacht voor de allerkleinste details en eigen designs die naadloos aansluiten op de nieuwste trends, creëert Light & Living haar World of Inspiration.

Light & Living heeft zich de afgelopen jaren stormachtig ontwikkeld. Het bedrijf wil – gesteund door PE-investeerder Bluegem – de groei versnellen door de transitie te maken van fysieke groothandel naar internationale multichannel speler. Dat betekent nieuwe producten, nieuwe landen, nieuwe klanten, nieuwe concepten en een sterke online presence. Met organische groei en gerichte acquisities wordt Light & Living zo een van de grootste lifestyle- en interieurbedrijven van Europa.



VACATURE

Head of E-Commerce

De Head of E-Commerce heeft de opdracht om in twee jaar de digitale omzet te verviervoudigen. Daarvoor kan hij/zij gebruikmaken van een mooi merkenportfolio, heel Europa en de VS als afzetmarkt en verschillende businessmodellen (wholesale, drop shipment en online marketplaces).

Kern van de strategie is B2B2C: een sterke merkbeleving waardoor de consument speciaal voor Light & Living naar de aangesloten (online en offline) woonwinkels komt en ook winkeliers het merk feilloos weten te vinden voor hun inkopen.

Internationaal richt de Head of E-Commerce zich op online marketplaces en de huidige route via woonwinkels. Hij/zij zorgt voor een sterke merkpositionering, online naamsbekendheid en een mooie en soepele customer journey, zowel voor de B2B2C verkoopkanalen als voor B2B klanten. Naast het laten groeien van de online omzet is ook de verdere ontwikkeling van het B2B online self-service platform een kerntaak. Om internationale klanten en partners te overtuigen, reist hij/zij regelmatig door Europa en naar de VS om samenwerkingsverbanden op te zetten en uit te bouwen.

Het takenpakket van de Head of E-Commerce is enorm divers: van technologie tot marketing en commercie tot online merkbeleving. Ook het optimaliseren van de samenwerking met een externe 3PL partner behoort tot zijn/haar scope. Die breedte zie je ook terug in zijn/haar team (7 fte) waarin creatieve contentontwikkelaars en technische

programmeurs samenkomen. En in de samenwerking die zijn/haar team heeft met veel verschillende disciplines, zoals Operations, Logistiek, IT, Finance, Marketing en Wholesale.

Als verantwoordelijke voor het neerzetten van een ijzersterke online merkbeleving, het doorontwikkelen van de B2B2C en B2B digitale kanalen en het binnenhalen van nieuwe partners, staat de Head of E-Commerce aan de basis van het internationale succes van Light & Living. Niet voor niets is hij/zij onderdeel van het MT en krijgt hij/zij de mogelijkheid om te participeren. ■

Interesse?

Light & Living werkt voor invulling van deze vacature met Top of Minds. Neem voor meer informatie contact op met Emily Olij via emilyolij@topofminds.com



**“Diep van binnen
zijn we een echte
groothandel. Daarom
zoeken we een Head
of E-Commerce die ons
hele bedrijf mee kan
nemen in het digitale
denken, maar zonder
afbreuk te doen aan wie
we in de kern zijn.”**

Stephan van Kruisselberge, CEO