



Simon Lévelt

FUNCTIEPROFIEL

Key Account Manager

KANDIDAATPROFIEL

- 4+ jaar werkervaring in FMCG
- Ervaring met grote retailers
- Zelfstarter
- Sales
- Stakeholdermanager
- Teamplayer
- Affiniteit met koffie en thee

📍 Haarlem 🧳 Vanaf 4 jaar werkervaring

Bij Simon Lévelt draait het al 200 jaar om koffie en thee. Sinds 1826 groeide het familiebedrijf uit tot een toonaangevend premium, biologisch koffie- en theemerkt met 42 speciaalzaken. De Key Account Manager is verantwoordelijk voor duurzame groei in het food retail en foodservice kanaal.

Over Simon Lévelt

Er is veel gebeurd sinds Simon Lévelt in 1826 in de oude havens van Amsterdam zijn winkel met koffie en thee uit verre oorden opende. Wat begon als een gepassioneerde handelaar die vanuit zijn kleine winkel alleen aan particulieren verkocht, groeide uit tot een zeer gewaardeerd koffie- en theemerk met meer dan veertig winkels in heel Nederland en België.

Hoeveel winkels er in die twee eeuwen ook bij kwamen, aan één kernwaarde van het bedrijf werd niet getornd: elke nieuwe speciaalzaak – zowel franchise als in eigen beheer – moest dezelfde intrinsieke passie voor koffie en thee uitstralen. Simon Lévelt is veel meer dan alleen hoogkwalitatieve koffie en thee; het merk staat voor een authentieke beleving. Wie in een speciaalzaak van Simon Lévelt door een barista of theesommelier geholpen wordt, waant zich even in een sterrenrestaurant. Persoonlijke aandacht, passie voor het product en klantgerichtheid staan bij Simon Lévelt hoog in het vaandel.

Pionier op het gebied van duurzaamheid

Minstens zo hoog in datzelfde vaandel wappert duurzaamheid. Simon Lévelt geldt op dat gebied niet voor niets als echte pionier: het merk startte eind jaren '70 al met het verkopen van biologisch geteelde producten. Op dit moment is zo'n 70% van het assortiment van Simon Lévelt biologisch gecertificeerd. Daar zijn ze op het Haarlemse hoofdkantoor blij mee, maar nog lang niet tevreden. Dat zijn ze pas als het assortiment volledig biologisch is – en daar werken ze hard naartoe.

Het inkopen en branden van de koffie wordt in eigen huis gedaan, net als het mengen van de thee en het verpakken van alle producten. Die overigens niet alleen in de speciaalzaken verkocht worden, maar ook in natuurvoedingswinkels, supermarkten en via de grootzakelijke markt. De nieuwe Key Account Manager is verantwoordelijk voor stevige, duurzame groei in al deze kanalen.





Account Manager

De Key Account Manager richt zich voornamelijk op vijf key accounts: Albert Heijn, Makro, Sligro, Udea en Odin. Naast deze nationale spelers horen ook internationale klanten, waaronder Biofresh (BE) en Naturalia (FR), tot het portfolio van de Key Account Manager. Stuk voor stuk belangrijke klanten waar Simon Lévelt een warme, solide relatie mee heeft die het in de toekomst graag wil uitbouwen. Dat er nog heel veel kansen voor groei zijn, staat vast. Aan de gedreven Key Account Manager om die kansen te verzilveren.

Dat is de belangrijkste taak van de Key Account Manager, die een eigen P&L-verantwoordelijkheid draagt. Zij/hij zorgt dat de relatie goed onderhouden wordt en optimaliseert het rendement voor zowel de klant, als voor Simon Lévelt. De verantwoordelijkheid voor het opstellen en uitwerken van het jaarplan, evenals het sluiten van de jaardeals met klanten, ligt bij de Key Account Manager. Daarbij wordt zij/hij ondersteund door een assistent. Samen met Category Management bouwt de Key Account Manager voor elke klant aan het optimale assortiment. Het marketingteam biedt support bij de uitvoering van bijbehorende acties, promoties en introducties. De Key Account Manager houdt daarbij een scherp oog op doelstellingen op het gebied van omzet, winst, marge en assortiment, en stuurt bij waar nodig.



Mooi wapenfeit is dat binnenkort in de schappen van Albert Heijn een exclusief en volledig biologische koffielijn van Simon Lévelt ligt. Een product en prestatie waar ze bij het bedrijf terecht trots op zijn.

Trotse vaandeldrager

De laatste jaren onderging Simon Lévelt een flinke professionaliseringsslag, die nog altijd gaande is. Met een hernieuwde merkstrategie zijn onder meer winkels gerestyled, verpakkingen vernieuwd en lanceerde het een nieuwe webshop. Van de Key Account Manager wordt niet alleen verwacht dat zij/hij bijdraagt aan het verwerven van een groter marktaandeel in de Benelux, maar ook dat zij/hij zich als trotse ambassadeur en vaandeldrager van het merk manifesteert – zowel binnen als buiten de organisatie.

De ideale kandidaat is een resultaatgerichte sales professional met gedegen ervaring in de FMCG. Een stakeholdermanager die weet hoe de hazen in de retailwereld lopen, en al eerder met grote retailers gewerkt en deals gesloten heeft. Een people person die heel goed is in het bouwen en onderhouden van relaties, maar tegelijkertijd als daadkrachtige pragmaticus ook knopen door kan hakken. Met alleen overtuigende sales skills red je het binnen Simon Lévelt niet; affiniteit met het product is echt een vereiste. Net als enthousiasme, een energieke drive en de tomeloze ambitie om een sterk, duurzaam merk verder te helpen bouwen. ■

Interesse? Simon Lévelt werkt voor invulling van deze vacature met Top of Minds. Neem contact op met Wiebe Smit via wiebe.smit@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.



“Simon Lévelt heeft een passie voor biologische premium koffie en thee. Al 200 jaar gaan wij voor de hoogste kwaliteit. In elke stap van het proces. Hierbij is het samenspel tussen mens en natuur voor ons van levensbelang. In deze harmonie ontstaan onze mooie producten. Wij zien de toekomst met vertrouwen tegemoet. Samen met de Key Account Manager willen we onze ambities om duurzaam te groeien kracht bij zetten.”

Bert Jongsma, Director