

11 HERBS & SPICES ZERO CHICKEN

FUNCTIEPROFIEL

Head of E-commerce

VOOR WIE?

- Minimaal 7 jaar werkervaring
- Kennis van e-commerce
- Denkt commercieel
- Sterk in crossfunctioneel stakeholdermanagement

 Amsterdam  Vanaf 7 jaar werkervaring



“Do all you can and do it the best you can”, dit is hoe KFC sinds 1952 haar business runt. Los van de Kentucky Fried Chicken innoveert de keten op verschillende vlakken. Zo loopt het van alle fastfoodketens voorop als het gaat om dierenwelzijn en heeft het de ambitie om marktleider in de online fastfoodmarkt te worden. Aan de Head of E-commerce de taak om de verschillende e-commerce kanalen in te richten en er een booming business van te maken.



Over KFC

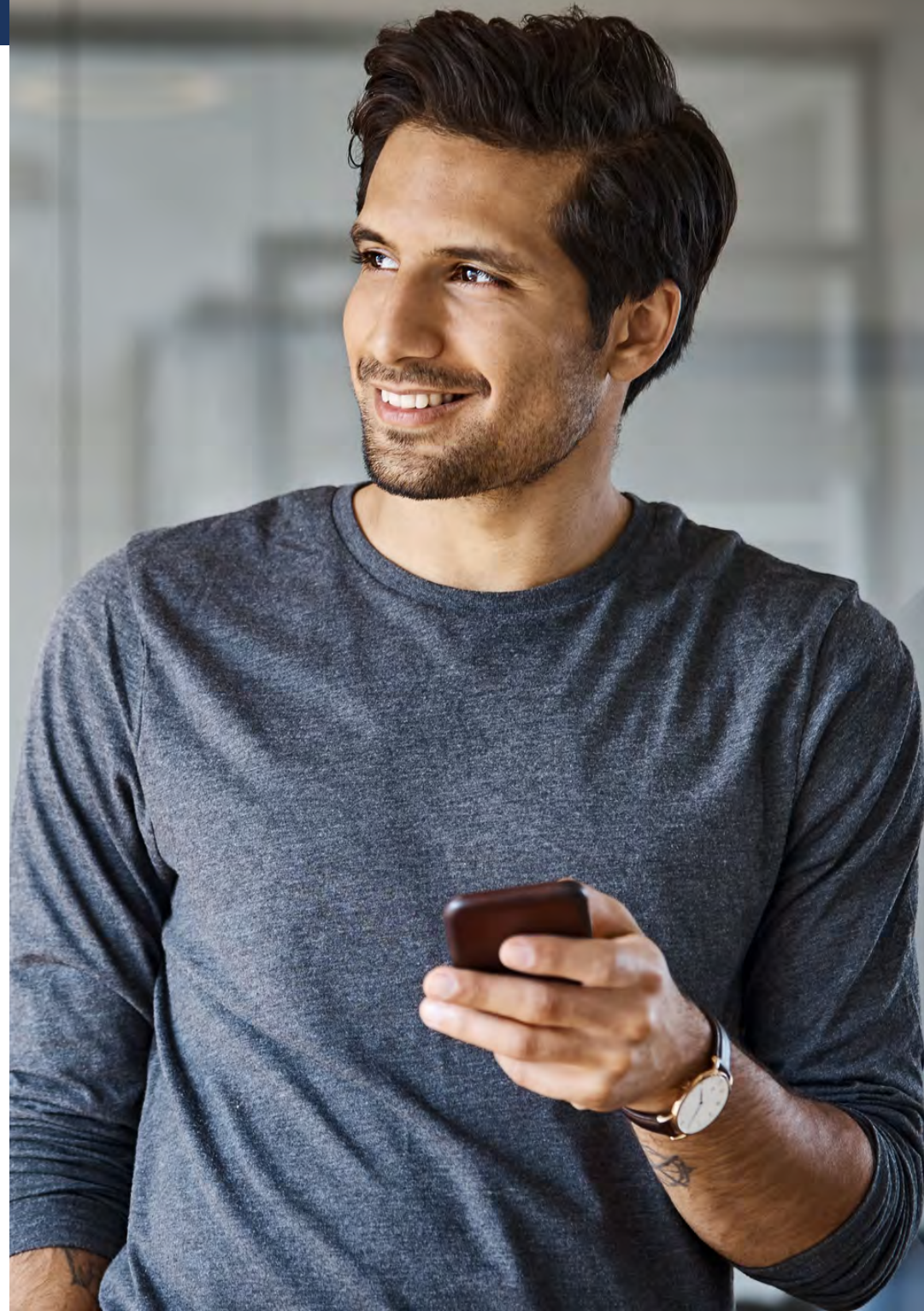
Wat begon als een klein café bij een tankstation in Corbin, Kentucky, is inmiddels uitgegroeid tot een van de grootste restaurantketens ter wereld. Van Bangkok tot New York; met meer dan 23.000 locaties in 140 landen – waarvan zo'n 95 in Noord-Europa – kan men vandaag de dag wereldwijd genieten van fried chicken. En als onderdeel van Yum! Brands, waaronder ook Pizza Hut en Taco Bell vallen, groeit KFC nog altijd gestaag door.

Naast hard werken en gastvrijheid, dankt KFC het grote succes vooral aan haar welbekende buckets met crispy tenders en hot wings. Na al deze jaren bereidt de keten haar gerechten nog steeds volgens hetzelfde recept dat Colonel Sanders in 1939 ontwikkelde: verse kip gemarineerd en gepaneerd met Sanders' originele en topgeheime mengsel van 11 kruiden en specerijen. Dit alles met de hand klaargemaakt op bestelling door echte koks.

KFC heeft innovatie hoog in het vaandel staan. Zo is het bedrijf er ook in 2019 als de kippen bij wanneer het als eerste fastfoodketen ter wereld de Better Chicken Commitment ondertekent. Hiermee verbindt het kiprestaurant zich aan de dierenwelzijnsnormen die zijn opgesteld door internationale ngo's zoals World Animal Protection. Op deze manier ▶

neemt het bedrijf haar verantwoordelijkheid voor o.a. betere leefomstandigheden van de kippen.

De KFC-formule is gebaseerd op het franchise-model, maar sinds de lockdown is eten in een fysiek restaurant tijdelijk onmogelijk. Toch wist het bedrijf in drie maanden tijd haar online sales via third parties te verdubbelen. Ondertussen bouwde KFC verder aan een nieuw digitaal platform om de e-commerce een extra en blijvende boost te geven. Nu is het zover: het systeem staat, de franchisees zijn enthousiast en de usergroup sluit perfect aan. Dus is het tijd voor een Head of E-commerce die dit online etablissement verder opschaaft en tot een daverend succes maakt.



Head of E-commerce

De Head of E-commerce gaat letterlijk haar/zijn eigen zaak binnen KFC starten. De uitrol hiervan beperkt zich niet alleen tot Nederland, zij/hij leidt, begeleidt en integreert de digitale saleskanalen namelijk uiteindelijk over heel Noord-Europa BMU. Vanuit een sterk commerciële visie weet zij/hij alle online kanalen, waaronder direct-to-consumer (website, app en in store kiosk) en delivery aggregators, strak te managen. Zij/hij beheert het e-commerce-budget en optimaliseert de commerciële performance en delivery op basis van kpi's. Bovendien spot de Head of E-commerce met gemak kansen voor digitale verbeterpunten en innovaties.

Vanuit KFC Global is e-commerce het focuspunt en dé groeimotor. Deze rol heeft dus veel exposure naar global, wat van een ondernemende en competitieve mentaliteit een absolute vereiste maakt. Alleen het allerbeste sales-gedreven platform is namelijk goed genoeg. Ondernemen is a bumpy road, de Head of E-commerce richt daarom een strak proces in, creëert een goede alignement binnen de organisatie en laat zich niet zomaar uit het veld slaan. Naast het interne stakeholderveld weet zij/hij ook met de meer dan 15 franchisees uitstekende relaties op te bouwen en hun performances en verwachtingen te managen.

Met een zeer digital savvy doelgroep is het van belang dat de Head of E-commerce heel goed begrijpt hoe e-commerce werkt. Technische kennis is daarentegen niet noodzakelijk, maar wel handig bij het aansturen van de verschillende vendors. Het blijft overigens niet alleen bij externen aansturen, ook intern neemt de Head of E-commerce een leidende rol aan. Haar/zijn huidige team bestaat nu uit één Merchandiser, maar deze ondernemer bouwt het team in de toekomst uit tot vier personen.

Ten slotte de cultuur, die is bij KFC net als de branche: fast moving. De Head of E-commerce komt terecht in het team, of beter gezegd Europese talent pool, van Trix van der Vleuten, CMO Northern Europe. Het is namelijk de bedoeling dat iedereen in dit team het beste uit zichzelf haalt en op termijn kan worden klaargestoomd voor eventuele global-rollen. Goed om te weten is dat de blik van het bedrijf ook verder reikt dan de eigen KFC family. Zo zet KFC zich onder andere actief in voor de stimulering van kansengelijkheid en de opzet van wereldwijde voedselprogramma's. ■

Interesse?

KFC werkt voor invulling van deze vacature met Top of Minds. Neem voor meer informatie contact op met Gijs Millaard via gijs.millaard@topofminds.com



Het is ons doel om de online fastfoodmarkt te outperformen. Wat mij betreft worden we marktleider en dus moeten wij als KFC Nederland bij global in de frontlinie staan. Daar gaat deze Head of E-commerce voor zorgen.

Trix van der Vleuten,
CMO Northern Europe