



FUNCTIEPROFIEL

Product Owner AdTech

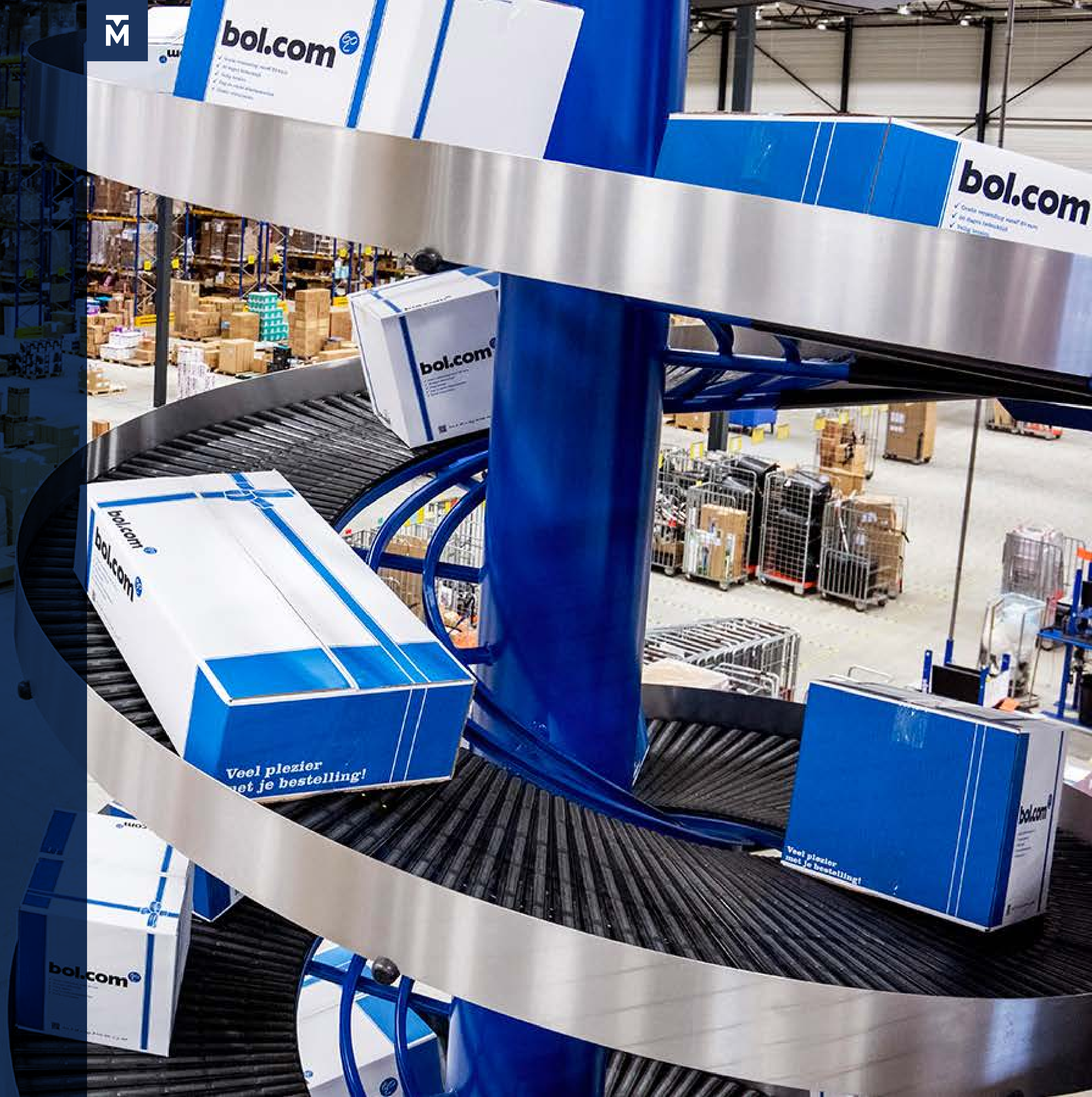
KANDIDAATPROFIEL

- 4+ jaar relevante werkervaring
- Ervaring met of passie voor online advertising, data en marketingtechnologie
- Projectmanagement
- Teamplayer
- Stakeholdermanagement

📍 Utrecht 📁 Vanaf 4 jaar werkervaring



Het adverteerdersplatform van bol.com Retail Media Group (BRMG) is een van de drijvende krachten achter de enorme groei van bol.com. De Product Owner AdTech staat aan de basis van de tech-gedreven proposities waar dit platform op drijft. Een uitdagende rol waarvoor specialistische kennis over advertisingtechnologie geen harde eis is; met leergierigheid en passie voor online advertising en data kan de Product Owner AdTech verdere groei van het platform faciliteren.



Over bol.com

Bol.com is met 12 miljoen actieve klanten hét online retail tech-platform en tevens de populairste winkel van Nederland en België. Het assortiment bestaat uit ruim dertig miljoen artikelen; van e-books tot tuinmeubilair en van laptops tot woonaccessoires. Maar bol.com is meer dan alleen een webwinkel: het is ook een platform waarop 42.000 externe verkopers hun producten aanbieden. Deze externe verkopers leveren op hun beurt een grote bijdrage aan de exponentiële groei van bol.com. Over exponentieel gesproken: in 2020 noteerde bol.com een groei van 70% en een recordomzet van maar liefst 4,3 miljard euro. Het einde van die enorme stijging is nog lang niet in zicht, integendeel.

Het succes van de bol.com Retail Mediagroep (BRMG)

Door het enorme bereik (ca. negen miljoen unieke bezoekers per maand) en verregaande consumer insights is bol.com niet alleen Nederland's grootste e-commerce merk, maar ook een zeer gewild en interessant marketingplatform voor adverteerders. Via de bol.com Retail Mediagroep (BRMG) profiteren adverteerders van de succesvolle customer experience en het gigantische bereik van het platform: consumenten worden precies op het juiste moment, in de juiste context bereikt.

AdTech in een cookieloze wereld

Data zijn cruciaal om de succesformule te waarborgen. Zowel om een effectief mediaplan te maken, als voor de executie en voor het evalueren van de resultaten. De privacy-enhancing, cookieloze wereld waar we naartoe bewegen, stelt bedrijven voor een uitdaging. Ook bol.com: om advertenties zodanig te kunnen targeten dat klanten en adverteerders maximaal profiteren, is optimale data leverage een must. Daarvoor moeten de juiste producten ontwikkeld en gebouwd worden. De Product Owner AdTech is de drijvende kracht achter deze tech-gedreven proposities.





Product Owner AdTech

De Product Owner AdTech heeft een duidelijke missie: waarborgen dat klanten altijd de meest relevante advertenties zien, en dat klanten hun advertenties maximaal zien converteren. Om die ambitie te verwezenlijken, beroept zij/hij zich op de enorme schat aan data waar bol.com beschikking over heeft. Die weet zij/hij zo te lezen en in te zetten, dat de ultieme match tussen adverteerder en klant tot stand komt. Uiteraard op bol.com, maar liefst ook (ver) daarbuiten – bijvoorbeeld door data en advertentiemiddelen in (technische) verbinding te brengen met het bredere advertising landschap / ecosysteem. Daarbij is het essentieel dat de Product Owner AdTech altijd de juiste vertaalslag tussen technische taal, een ontwikkelroadmap en bijbehorende concrete acties kan maken. Zij/hij zorgt ervoor dat developers te allen tijde weten wat er gebouwd moet worden, en waarom. Agile werken is bij bol.com de norm.

Als de Product Owner (nog) geen expert is op het gebied van DSP – of DSP, SSP of CDP – is dat zeker geen dealbreaker. Een inhoudelijke specialist hoeft de Product Owner AdTech niet te zijn; een gezond intellect, bovengemiddelde leergierigheid en grote affiniteit met online marketingtechnologie en innovatie zijn een goed

startpunt. Vooral ook omdat zij/hij onderdeel uitmaakt van een gedreven en succesvol AdTech & Datateam (5 fte), dat enorm veel specialistische kennis en kunde in huis heeft. Op die manier leert en groeit de Product Owner vanzelf uit tot de expert.

Voor de rol zijn uitstekende communicatieve vaardigheden en people skills onmisbaar. Die skillset komt ook uitstekend van pas in de samenwerking met onder meer Legal, IT Security en ontwikkelaars wanneer het onder meer over privacy en GDPR gaat. Solide projectmanagement skills zijn een must; eerdere ervaring met het implementeren en/of uitrollen van marketing technologie zoals een marketing automation tool wel absoluut een pre.

Passie voor marketingtechnologie

Een passie voor marketingtechnologie en de wil om daar (meer) over te leren staat voorop. De ideale kandidaat kan schaken op het intellectuele, technische en juridische vlak, maar hoeft zeker nog geen grootmeester te zijn. Uiteraard is functionele ervaring en kennis van het technische advertising domein wenselijk, maar bol.com heeft learning on the job hoog in het vaandel staan. Een verbindende Product Owner AdTech die ambitieus, leergierig en doortastend is, beschikt over de skills om het verschil te maken. ■

Interesse? Deze werkgever werkt voor invulling van deze vacature met Top of Minds. Neem contact op met Lidewij Kosters via lidewij.kosters@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.



“De rol van Product Owner AdTech is bij uitstek een rol waar je in kunt groeien. De ideale kandidaat hoeft geen inhoudelijk specialist te zijn: je moet online advertising, data en marketingtechnologie enorm interessant vinden, een uitstekende projectmanager zijn en de people skills hebben om samen met een enorm getalenteerd team de juiste dingen te ontwikkelen waarmee we klanten en adverteerders optimaal blijven bedienen”

Niels Weertman, People Lead BRMG