



FUNCTIEPROFIEL

Head of UX

Kandidaatprofiel

- Minimaal 8 jaar werkervaring in UX
- Leidinggeven
- Werkt prettig in een corporate-omgeving
- Spreekt en schrijft vloeiend Nederlands

 **Zaandam**  **Vanaf 8 jaar ervaring**



Albert Heijn is beeldbepalend in het boodschappen doen. Met haar innovatieve oplossingen speelt de inmiddels grootste supermarkt van Nederland continu in op de steeds veranderende klantwensen. De Head of UX bepaalt de omnichannel-visie en –strategie voor alle digitale kanalen en zorgt voor de allerbeste gebruikerservaring.



Over Albert Heijn

Wat in 1887 start als een kleine kruidenierszaak in Oostzaan, is inmiddels uitgegroeid tot een vast onderdeel van het Nederlandse straatbeeld. Dagelijks genieten meer dan zes miljoen Nederlanders van het eten, drinken en huishoudelijke producten van Albert Heijn. Deze boodschappen kopen zij allang niet meer alleen in de fysieke supermarkt, maar sinds 2002 heeft Albert Heijn haar deuren ook digitaal geopend via [ah.nl](https://www.ah.nl) en de AH app. Het mag geen verrassing zijn dat het gebruik van online opties het afgelopen jaar fors is toegenomen. Zeker bij Albert Heijn niet, de omzet uit online verkopen in 2020 is namelijk bijna verdubbeld tot 1,2 miljard euro.

De missie van Albert Heijn is heel simpel: een beter leven voor iedereen. En hierbij helpt de supermarkt op drie punten: altijd waar voor je geld, beter eten en gemak voor de klant. Wat Albert Heijn ook bedenkt, de klant staat altijd centraal. Hoe maken we (online) shoppen makkelijker, hoe geven we klanten de beste gepersonaliseerde adviezen en hoe helpen we hen bij de dagelijkse boodschappen? Om dit soort vragen te beantwoorden is technologie cruciaal en daarom investeert de supermarkt flink in data, tech en digital. Albert Heijn heeft er zelfs een speciale AH Technology-unit voor opgericht. Vanuit deze unit tilt de Head of UX de user experience van Albert Heijn naar een hoger niveau.

Head of UX

De Head of UX definieert de omnichannel-visie en –strategie en brengt deze op alle digitale kanalen van Albert Heijn tot leven. Denk hierbij niet alleen aan de websites en apps, maar ook de handscanner, zelfscankassa's en digitale schermen in de supermarkten. Op welke locatie de klant zich ook bevindt, de Head of UX zorgt ervoor dat elke gebruikerservaring persoonlijk, relevant en niet te overtreffen is.

Op basis van klantonderzoeken, -inzichten en andere relevante data realiseert de Head of UX frictieloze omnichannel-klanterervaringen. Daarnaast gaat zij/hij aan de slag om op basis van de verschillende gebruikersintenties andere journeys te creëren in bijvoorbeeld de AH app en de winkel. Een aantal mijlpalen van het afgelopen jaar zijn de ontwikkeling van de digitale Koopzegels, de FirstFood leefstijlcoach en ook AH Compact – de app voor kleine huishoudens – is from scratch vanuit UX opgezet. Het zijn stuk voor stuk projecten die een beeld geven van welke interessante plannen er in het verschiet liggen.

Om al deze klussen te klaren, stuurt de Head of UX een enthousiast team van achttien UX Designers en UX Researchers aan en bouwt dit verder uit. Binnen dit team zorgt zij/hij voor een sterke teambuilding en cultuur van design thinking. Zij/hij krijgt er energie van om hen nieuwe dingen te leren, zorgt dat ze zelfstandig kunnen werken en neemt hen mee in alle trends en ontwikkelingen. Qua leiderschap onderscheidt zij/hij zich door het tonen van zowel evenwicht,



vertrouwen en authenticiteit, oftewel: natuurlijk overzicht. Zelf rapporteert de Head of UX direct aan de Director of Product Marketing.

De Head of UX is iemand die altijd denkt vanuit impact. Zij/hij zet een duidelijke stip op de horizon en zorgt dat Albert Heijn er ook werkelijk komt. Goed ontwikkelde skills in stakeholdermanagement zijn daarom onlosmakelijk met deze rol verbonden. Zij/hij beweegt zich eenvoudig door alle lagen van de organisatie heen, maar stapt ook prima de winkel in om de klantbehoeften zelf in kaart te brengen. Doordat zij/hij duidelijk aanwezig is en waar nodig het podium pakt, presenteert de Head of UX zich als het aanspreekpunt voor heel Albert Heijn. Ook met het oog op de toekomst is dit erg waardevol.

De Head of UX werkt onder de vlag van het Albert Heijns moederbedrijf: Ahold Delhaize met het bruisende hoofdkantoor in Zaandam als uitvalsbasis. Meetings vinden bijna altijd in het Nederlands plaats, dus een goed begrip van de Nederlandse taal is voor deze functie een absolute must. Tot slot kan zij/hij met Ahold Delhaize als werkgever rekenen op veel focus op persoonlijke groei.

Interesse? Albert Heijn werkt voor invulling van deze vacature met Top of Minds. Neem contact op met Hayke Tjemmes via hayke.tjemmes@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.



“Dit is een supermooie functie, jij bent als Head of UX namelijk echt verantwoordelijk voor de omnichannel-klantervaring bij Albert Heijn. Het proces en het mooie design zijn uiteraard erg belangrijk, maar je hebt vooral helder welke business-impact je samen met jouw UX-team maakt.”

Rogier Zimmer, Director of Product