



FUNCTIEPROFIEL

Brand Manager

Kandidaatprofiel

- Vanaf 4 jaar ervaring
- In brand management
- Binnen FMCG of een socialmediaagency
- Digital (owned, earned, paid)
- Creatief
- Executioneel
- Stakeholdermanager

Amsterdam Vanaf 4 jaar werkervaring



Wie is er nooit bij 'de Mac' geweest voor een Big Mac, Big Tasty of McKroket? Tachtig procent van de Nederlanders komt regelmatig in een McDonald's restaurant. De Brand Manager komt te werken in de marketingkeuken en krijgt de ruimte om hier een eigen saus aan toe te voegen, als owner van social media en de online omgeving MyMcDonald's.



McDonald's

Vraag in Baku, Quito, Tokyo, Casablanca, Praag of Sydney naar de dichtstbijzijnde McDonald's en je wordt moeiteloos de weg gewezen. Met meer dan 39 duizend vestigingen in honderd verschillende landen is de grootste restaurantketen ter wereld letterlijk overal. Ook in ons land zijn er 257 restaurants met de iconische Golden Arches.

Het recept voor succes? Een internationaal merk dat haar gelijke niet kent en de lokale vrijheid om daar het maximale uit te halen. Ieder land heeft een eigen eetcultuur waar McDonald's op inspeelt met unieke producten. Bij ons is dat bijvoorbeeld met de oer-Hollandse McKroket en de Homestyle Crispy Chicken. Aangevuld met iconen als de Big Mac en de Quarter Pounder biedt de restaurantketen een aansprekend menu. Dat trekt in Nederland elke week zo'n drie miljoen gasten aan.

De lokale vrijheid gaat bij McDonald's bijzonder ver. Van strategie tot campagnes en van het eerste onderzoek tot de lancering van nieuwe producten; het wordt allemaal uitgedacht vanuit de Nederlandse service-organisatie, die vanaf juni 2022 gevestigd is in Utrecht. McDonald's is een werkplek waar mensen vol gedrevenheid werken om gasten good times te bieden. Er is in de organisatie veel ruimte voor persoonlijke ontwikkeling en vrijheid om een eigen pad uit te stippelen.





FUNCTIEPROFIEL

Brand Manager

De nieuwe Brand Manager neemt de leiding over de digitale marketing van McDonald's. Zij/hij heeft de verantwoordelijkheid over de social media-strategie en het versterken van de online omgeving voor gasten van McDonald's.

De inzet van social media stemt de Brand Manager af met bureaus. Zij/hij zet de strategische visie neer en beantwoordt vragen als 'welke social media-kanalen te gebruiken', 'welke thema's aan te snijden' en 'welke potentiële gasten online te targeten'.

De McDonald's-applicatie is een belangrijke marketingdrijver. Het digitale kanaal is gegroeid van een ondersteunend middel naar een op zichzelf staande entiteit. Onder de paraplu 'MyMcDonald's' biedt het online platform meer 'fun, gemak en persoonlijk voordeel' aan ruim een miljoen actieve appgebruikers per maand.

De Brand Manager is owner van de campagnestrategie rondom MyMcDonald's. Door sterke ideeën gecombineerd met de juiste timing en uitvoering weet de Brand Manager een groter bereik voor de digitale omgeving te creëren. Het is hiervoor belangrijk dat de Brand Manager de weg weet te vinden met cijfers en data-inzichten, maar onderscheidend is zij/hij vooral op creatief gebied. Een voorbeeld van een recente campagne van de Brand Manager is de X-Master-campagne van afgelopen december. De MyMcDonald's omgeving stond centraal: Nederland werd dagelijks via de app voorzien van challenges, McDonald's merchandise en prijzen.



De Brand Manager fungeert als een spin in het web tussen verschillende stakeholders en andere delen van de organisatie. Zij/hij is betrokken bij de campagnes van Brand Managers in het bredere marketingteam. De Brand Manager werkt verder nauw samen met de afdeling Digital en externe bureaus, die gezamenlijk verantwoordelijk zijn voor de content en de MyMcDonald's-omgeving zelf. Door de campagnes ook goed aan te laten sluiten op de datastrategie van McDonald's, maakt de Brand Manager de MyMcDonald's-omgeving tot een kloppend hart binnen de online datavoorziening. Dit zorgt ervoor dat waardevolle inzichten over klantgedrag en -voorkeuren het bedrijf binnenstromen.

Door de brede exposure zijn er voor de Brand Manager meer dan genoeg groeikansen. De rol rapporteert aan de Marketing Manager. ■

Interesse? McDonald's werkt voor invulling van deze vacature met Top of Minds. Neem contact op met Emily Olij via emily.olij@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.



“Als Brand Manager zet je met jouw creatieve en strategische blik de online activiteiten van McDonald's steviger op de kaart.”

Joost Elshof, Marketing Manager bij McDonald's