

FUNCTIEPROFIEL

Senior Brand Manager Senseo

Kandidaatprofiel

- Vanaf zeven jaar ervaring
- Binnen FMCG, retail of (strategie)consulting
- Strategisch
- Stakeholdermanagement
- Analytisch

📍 Utrecht 🧳 Vanaf 7 jaar werkervaring

Senseo is een van de sterkste merken van ons land. In Nederland is het nog altijd het meest gebruikte koffiezetsysteem voor één kop koffie. Tegelijkertijd kent het merk ook uitdagingen. Bij elkaar opgeteld levert dit een geweldige kans voor een strategische Senior Brand Manager Senseo om een wereldwijd bekend koffiemark verder uit te bouwen.





Jacobs Douwe Egberts

In 265 jaar tijd groeide Jacobs Douwe Egberts (JDE) van een kleine, lokale winkelier uit tot een wereldleider met een portfolio van meer dan vijftig koffie- en theemerken. Consumenten in meer dan honderd landen kunnen genieten van iconische merken als Douwe Egberts. L'OR, Jacobs, Moccona, Senseo en Pickwick.

Een van de grootste drijfveren van JDE is de overtuiging dat er 'geweldige dingen kunnen gebeuren tijdens het drinken van een kop koffie'. Elke dag zetten duizenden medewerkers zich vol overgave in om erachter te komen welke geweldige dingen dat precies zijn en ervoor te zorgen dat mensen overal ter wereld de koffie en thee kunnen drinken die ze lekker vinden.

Senseo is een van de grootste supermarktmerken van Nederland. Het is nog altijd een van de meest gebruikte 'zetsystemen' van het land. Tegelijkertijd staat het merk ook voor uitdagingen, met name op het gebied van merkpositionering en -waardering.





Senior Brand Manager Senseo

De Senior Brand Manager stippelt een strategisch plan uit waarmee Senseo haar leidende merk- en marktpositie overtuigend verstevigt. In dat plan staan (datagedreven) ideeën om nieuwe consumenten aan te boren, nieuwe productinnovaties en verschillende communicatie- en activatieplannen, zowel online als offline.

Tijdens zowel de transitiefase naar een Quin Dokters-praktijk als de Behalve een strategische visie om concepten en plannen te bedenken, beschikt de Senior Brand Manager ook over de communicatieve vaardigheden om deze helder en gestructureerd over het voetlicht te brengen. Zowel richting het Single Serve-marketingteam waar zij/hij deel van uitmaakt, maar – zeker zo belangrijk – ook richting R&D, Philips en JDE Global, waarmee de Senior Brand Manager zeer nauw samenwerkt. Als begenadigd stakeholdermanager laveert zij/hij soepel en plezierig tussen de verschillende partijen, maar houdt wel op de juiste momenten vast aan haar/zijn eigen wensen en belangen.

In het het Single Serve-marketingteam zit nog een andere Senior Brand Manager, twee Junior Brand Managers en drie stagiairs. Het team staat onder leiding van de marketingmanager, Martijn Slebus, aan wie de Senior Brand Manager direct rapporteert.



Binnen JDE leeft de overtuiging dat dit het uitgelezen moment is om Senseo naar de volgende fase te brengen. De Senior Brand Manager krijgt dan ook alle vrijheid en verantwoordelijkheid om haar/zijn plannen te realiseren. De budgetten en het vertrouwen zijn er: het is nu aan de Senior Brand Manager om succesvolle campagnes, partnerships en activiteiten op te tuigen en uit te rollen.

De rol is een geweldige kans voor een stevige, strategische marketeer die succesvol een merk kan bouwen en laden. Een stakeholdermanager die begrijpt hoe belangen van global en local marketing zich tot elkaar verhouden en op dat schaakbord volledig in haar/zijn element is. 

Interesse? Jacobs Douwe Egberts werkt voor invulling van deze vacature met Top of Minds. Neem contact op met Gijs Millaard via gijs.millaard@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.



Als strategische merkenbouwer wacht je in deze rol een mooie uitdaging. Senseo is een ijzersterk merk, maar het is tijd om ons weer steviger op de markt te positioneren. In deze rol kun je echt impact maken, en dat wordt door de hele organisatie gezien.

Martijn Slebus, Marketing Manager