



BOLDKING



FUNCTIEPROFIEL

Retail Business Development Manager

Kandidaatprofiel

- Vanaf drie jaar ervaring
- Met new business en onderhouden van accounts
- Binnen FMCG
- Ondernemend
- Vloeiend Engels en/of Duitstalig

Amsterdam Vanaf 3 jaar werkervaring



Als de bestaande markt voor scheerproducten Goliath is, is Boldking David. De scale-up daagt Goliath al tien jaar uit om te moderniseren. Daarin slaagt Boldking bijzonder goed. Naast online verkoop, liggen producten tegenwoordig ook in fysieke winkelschappen. De proactieve Retail Business Development Manager bouwt deze tak met veel groeipotentie verder uit.

Boldking

De naam 'Boldking' is niet zomaar gekozen – 'boldness' zit verankerd in het DNA van de Amsterdamse scale-up. Die begon tien jaar geleden, toen oprichter Rochdi Darrazi de strijd aanging met de grote, traditionele fabrikanten van scheermesjes en -producten. Met een maandelijks online abonnementsmodel wilde Boldking klanten en concurrenten laten zien dat het beter, flexibeler en klantgerichter kon. Kortom: de scale-up wilde de markt flink opschudden.

Tien jaar later is Boldking in die missie behoorlijk geslaagd. Het merk onderscheidt zich van andere spelers in de markt door een ijzersterk product en een mooi, simpel design. Vandaag de dag worden producten – naast scheerspullen ook huidverzorgingsproducten, toilettassen, boxershorts en t-shirts – in elf Europese landen verkocht. De komende tijd zal het assortiment verder worden uitgebreid.

Van pure player naar omnichannel

In de afgelopen jaren is Boldking uitgegroeid van een pure online player tot een bedrijf met een omnichannelstrategie. Producten worden tegenwoordig ook in fysieke winkels verkocht, zoals bij Etos. Ook in het online businessmodel veranderde het een en ander. Producten zijn intussen ook zonder abonnement te koop.





Op het kantoor in hartje Amsterdam zetten zo'n 25 gepassioneerde mensen zich elke dag in om Boldking nationaal en internationaal verder te laten groeien. Want dat is het doel voor de komende jaren: de Europese markt verder veroveren. De beoogde groei moet met name uit de retail komen. Die tak is op dit moment nog klein, maar moet in de toekomst voor meer dan de helft van de business verantwoordelijk zijn. De potentie om in de retail verder te groeien is enorm, en vormt dan ook het belangrijkste speerpunt in de internationale expansiestrategie.



Retail Business Development Manager

De Retail Business Development Manager is verantwoordelijk voor Boldkings groei in het retaillandschap. In Nederland is die footprint al stevig, maar er is nog volop ruimte om accounts verder uit te bouwen en nieuwe samenwerkingsvormen te ontwikkelen. De Retail Business Development Manager is verantwoordelijk voor accounts, onderhoudt duurzame relaties met stakeholders en zoekt altijd naar manieren om nieuwe samenwerkingsverbanden op te zetten, zoals met hotels of sportscholen. Zij/hij benadert proactief prospects en klanten, en laat zich niet uit het veld slaan als een traject niet gelijk zo loopt als gewenst. Over de landsgrenzen heen is de blik van de Business Development Manager Retail vooral gericht op Duitsland en het Verenigd Koninkrijk, twee markten die Boldking op korte termijn wil ontginnen.

De combinatie van een goed product, een sterk merk en de schat aan data die Boldking over haar customer base (800.000 klanten) heeft, maakt het een partij waar retailers heel graag mee in gesprek gaan. De overtuigende saleskills van de Retail Business Development Manager doen de rest.

De Retail Business Development Manager denkt proactief mee over de groei van de retailtak van Boldking en oppert datagedreven ideeën en strategische suggesties. Zij/hij vormt samen met de marketing- en salescollega's het Commerceteam en rapporteert direct aan Philippine van der Stoel, Head of Commerce.

Boldking is het schoolvoorbeeld van een kleine club mensen die grootse resultaten neerzet. Een tomeloze dosis energie, een hoog ambitieniveau en een hands-on aanpak zijn kenmerkend voor het bedrijf en de mensen die er werken. Medewerkers krijgen veel vrijheid en verantwoordelijkheid om hun rol uit te voeren en kloppen gemakkelijk bij elkaar aan voor advies of hulp. Vaak doen ze het nét even anders dan de rest, want volgens Boldking zijn gebaande paden er nu eenmaal om (soms) van af te wijken.

In deze informele, dynamische omgeving komt de Retail Business Development Manager goed tot haar/zijn recht. Zij/hij is nieuwsgierig, pragmatisch en resultaatgericht, en vindt het leuk om regelmatig op pad te zijn om (potentiële) klanten te bezoeken. In gesprekken weet de Business Development Manager waar relaties behoefte aan hebben en wat nodig is om hen te overtuigen. Naast communicatieve vaardigheden, kan ook een strategische visie niet ontbreken. De Retail Business Development Manager is een resultaatgerichte salesprofessional die niet alleen de retailtak van Boldking naar de volgende fase leidt, maar ook een wezenlijke bijdrage levert aan het succes van de hele organisatie. ■

Interesse?

Boldking werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds. Neem contact op met Ole Cohen via ole.cohen@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.



“Micromanagen doe ik niet aan. Voor advies kun je altijd bij me aankloppen, maar verder geef ik je alle ruimte om ownership te nemen voor je werk en zelf te bepalen wat de succesvolle aanpak en route-to-market is. En vooral om zelf ook met creatieve en innovatieve ideeën te komen hoe we onze retailtak naar de volgende fase kunnen tillen.”

Philippine van der Stoel, Head of Commerce