



FUNCTIEPROFIEL

Head of Online Marketing

Kandidaatprofiel

- Vanaf 8 jaar ervaring
- Binnen e-commerce
- Multichannel performance marketing
- Track record van groeistrategieën implementeren
- Stakeholder management
- Datagedreven
- Ondernemend

📍 Amsterdam 📁 Vanaf 8 jaar werkervaring

Talpa eCommerce (Emesa) maakt met haar aanbod van veiling- en dealsites zoals VakantieVeilingen.nl en ActievandeDag.nl online shoppen leuker en spannender. De Head of Online Marketing is verantwoordelijk voor de multichannel performancestrategie en het succesvol implementeren van de online groeistrategie. Daarmee helpt zij/hij de ambitie van Talpa eCommerce te realiseren: vijf miljoen unieke winnaars in 2030.

Talpa eCommerce

Talpa eCommerce is marktleider in de Benelux op het gebied van dynamic pricing. Via verschillende merken en websites verkoopt het bedrijf fysieke producten, entreetickets en arrangementen, zowel met behulp van veilingen als via direct deals. Zo creëert Talpa eCommerce nieuwe verkoopkanalen en een groot aanvullend bereik voor haar partners: topmerken uit de vrijetijds-, retail- en reiswereld.

Talpa eCommerce is actief in de wereld van 'Treisure': travel, leisure en entertainment. Daarnaast biedt het bedrijf een breed scala aan vrijetijd-gerelateerde fysieke producten, zoals gadgets en spullen voor in en om het huis. Het unieke veilingmechanisme is een onderscheidende fun-factor, die consumenten zich meer winnaar dan klant laat voelen. Elk jaar partnert Talpa eCommerce daarnaast met een goed doel. Zo zette het bedrijf zich afgelopen december in voor het Prinses Máxima Centrum in Utrecht, waarvoor via exclusieve veilingen een recordbedrag werd gerealiseerd.

Bij Talpa eCommerce werken zo'n 225 professionals, onder andere in Marketing, Category Management, Sales en Product & Tech. In 2017 is het bedrijf, toen nog Emesa geheten, onderdeel geworden van Talpa Network. Het beschikt daarmee over de nodige financiële slagkracht en een ongekend bereik. Talpa eCommerce ziet potentie voor verbetering en groei en heeft alles tot haar beschikking om die ambities waar te maken.

“De Head of Online Marketing komt in een bijzondere e-commerce omgeving terecht, vol kansen en mogelijkheden. Met ons aantrekkelijke aanbod, de ambitieuze marketingstrategie en het bijbehorende budget zijn alle ingrediënten aanwezig om op volle snelheid door te groeien.” – Caroline Ammerlaan, CEO

De commerciële organisatie werkt hard aan de ambitieuze groei die Talpa eCommerce voor ogen heeft: in 2030 vijf miljoen unieke winnaars van deals en veilingen. Met een sterk datagedreven performancemarketingstrategie gaat de Head of Online Marketing dit helpen realiseren.



Head of Online Marketing

De Head of Online Marketing rapporteert aan de Marketing Director. Samen met de Brandmanager, de CRM Manager en de Belgische Marketing Manager vormt zij/hij het Marketing MT. De Head of Online Marketing leidt een team van zes marketeers en enkele stagiairs. De Head of Online Marketing laat significante groei zien op drie vlakken: 1) nieuwe klant-acquisitie; 2) verhoogde sales; en 3) meer app downloads.

De Head of Online Marketing is verantwoordelijk voor de dagelijkse aansturing van de online performance van de verschillende merken: VakantieVeilingen, ActievandeDag, SlajeSlag, VavaBid (België) en Aladoo (Duitsland). Deze merken hebben elk een eigen strategie. De Head of Online Marketing heeft overzicht binnen, maar ook over de kanalen heen. Zij/hij geeft sturing aan het continu versterken van de 'always on'-performancelaag, evenals de doorvertaling van de grotere campagnes en activiteiten op de online kanalen. Zij/hij denkt mee met het Brand team om de campagnes structureel te verbeteren. Daarbij ligt de focus op het behalen van maximale performance door de aanwezige schat aan data ten volle te benutten. De Head of Online Marketing is verantwoordelijk voor het budget van de online performancekanalen en de socials.

Het succesvol acquireren van nieuwe winnaars op de platformen is cruciaal. De Head of Online Marketing optimaliseert de ROAS en ROI van Google ads, betaalde social ads, display, affiliate marketing en lead generation. Het aantrekken van nieuwe klanten, het laten registreren, het vaker laten terugkeren van bestaande klanten via een succesvolle targetingstrategie, en het verhogen van de 'bid rate' en 'win rate' zijn de belangrijke succespijlers. Met andere woorden: het laten groeien van de active base via targeting, retargeting en hypertargeting.

De Head of Online Marketing maakt een online plan met datagedreven forecasts en vertaalt dit in operationele, goed onderbouwde targets. Zij/hij analyseert met het team dagelijks de performance en signaleert en verklaart afwijkingen ten opzichte van het target en het plan. Zij/hij geeft ook invulling aan de SEO strategie, de lead generation strategie en gebruikt de beschikbare data en analytics om de online marketingactiviteiten te optimaliseren. Hieronder valt ook het opzetten van experimenten.

Het team maakt gebruik van innovatieve tooling en inzichten. De Head of Online Marketing heeft kennis van alle relevante bronnen voor het meten, voorspellen en doorlopend verbeteren van de Conversion Rate, Customer Acquisition Costs, ROAS en Lifetime Value.



Dit is een bijzondere uitdaging voor een ervaren Marketing Manager, die eerder verantwoordelijk is geweest voor het bouwen of transformeren van een performancegerichte aanpak binnen een e-commerce omgeving. De ideale kandidaat snapt daarnaast een aantal andere facetten van online marketing, zoals branding, campagnes en de waarde van mail- en app-push. Dit stelt haar of hem in staat goed samen te werken met Category Management, Sales en de andere leden van het Marketing MT.

De Head of Online Marketing heeft ervaring met het aansturen van een team en is hierin zowel resultaatgericht als coachend. Zij/hij heeft kennis van diverse marketingtools zoals Google Analytics, Channable Feed evenals dashboarding. De juiste kandidaat werkt zeer analytisch en datagedreven. Zij/hij denkt in kansen, is nieuwsgierig naar nieuwe inzichten en daagt de status quo uit. Uiteraard komt de Head of Online Marketing daarnaast pro-actief met antwoorden en oplossingen om groei te realiseren.■

Interesse? Talpa eCommerce werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds. Neem contact op met Marlies Hoogvliet via marlies.hoogvliet@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.



“We beschikken over enorm veel bruikbare data. Snel de betekenis doorgronden, kansen benutten om databronnen aan elkaar te koppelen, analyseren en resultaten boosten, binnen de kanalen en over de kanalen heen kijken, en direct actie ondernemen is een tweede natuur van de Head of Online Marketing, die het team hierin actief begeleidt en coacht.”

Pieter Jan Burgers, CMO Talpa eCommerce