



FUNCTIEPROFIEL

# E-commerce Manager

## Kandidaatprofiel

- Vanaf 7 jaar ervaring
- In een vergelijkbare rol
- Track record in een hoog-volume e-commerceomgeving
- Kennis van UX, CRO en customer journeys
- Leidinggevende ervaring
- Stakeholdermanagement
- Affiniteit met content en het technische domein

**Amsterdam** **Vanaf 7 jaar werkervaring**





**Wie een mooie veiling wint of een goede deal scoort op een van de platformen van Talpa eCommerce (Emesa), voelt zich meer winnaar dan klant. Dat verklaart het succes van veiling- en dealsites als VakantieVeilingen.nl en ActievandeDag.nl. Talpa eCommerce ziet nog volop optimalisatiemogelijkheden en groeipotentie in binnen- en buitenland. De E-commerce Manager gaat die beoogde groei mede vormgeven.**







OVER HET BEDRIJF

## Talpa eCommerce

**Talpa eCommerce (voorheen Emesa) is marktleider in de Benelux op het gebied van dynamic pricing. Met haar aanbod van veiling- en dealsites – zoals VakantieVeilingen.nl/be, ActievandeDag.nl/be, SlajeSlag.nl, VavaBid.be in België en Aladoo.de in Duitsland – verkoopt het bedrijf vrijetijdgerelateerde entreetickets en packages en fysieke producten. Zo creëert Talpa eCommerce met haar labels nieuwe verkoopkanalen voor haar partners, topmerken uit de vrijetijds-, retail- en reiswereld.**

Bij Talpa eCommerce werken zo'n 225 professionals in onder meer marketing, category management, sales en product & tech. In 2017 werd het bedrijf, dat toen nog Emesa heette, onderdeel van Talpa Network. Tegenwoordig beschikt Talpa eCommerce over een flinke 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. Eens per jaar richt Talpa eCommerce zich samen met verschillende mediabedrijven onder de Talpa-paraplu exclusief op een goed doel. Zo werd in 2022 via veilingen geld opgehaald voor het Prinses Máxima Centrum.





## Treisure

Talpa eCommerce is zeer actief in de wereld van 'Treisure': travel, leisure en entertainment. Een enorme markt, van dierentuinen en pretparken tot wellnesscentra, theaters, festivals, weekendjes weg en alles daartussenin. Daarnaast biedt het bedrijf consumenten een breed scala aan vrijetijdgerelateerde fysieke producten, zoals technologische gadgets of spullen voor in huis. Door de wensen en behoeften van de consument centraal te stellen, slaagt Talpa eCommerce erin om met behulp van big data en marketing intelligence het juiste aanbod op het juiste moment onder de aandacht van de consument te brengen.





# E-commerce Manager

**De e-commercemarkt is continu in beweging. Dat geldt logischerwijs ook voor het e-commerceteam van Talpa eCommerce, dat een steeds belangrijkere plek in de organisatie inneemt. De E-commerce Manager zorgt er vanuit deze centrale positie voor dat alle labels optimaal ingericht zijn voor maximale conversie.**

De E-commerce Manager neemt de verschillende sites – zowel de Nederlandse, Belgische als Duitse – onder de loep en beoordeelt de performance daarvan. Zie het als allerlei verschillende winkels die de E-commerce Manager en haar/zijn team samen met collega's van onder andere Category Management, Marketing en Sales optuigt. De Category Managers stellen het assortiment samen en bepalen de gewenste prijs; de E-commerce Manager zorgt voor een optimale en functionele inrichting van de winkel om zo optimale conversie te realiseren. Zij/hij weet hoe de ideale customer journey eruitziet en vertaalt deze moeiteloos door naar de verschillende labels. De labels bedienen elk een andere markt en hebben een eigen look and feel, specifieke spelregels en functionaliteiten. De kanalen zijn in de bekwame handen van de marketeers.



## Conversiegedreven focus

Product development is ook een onderdeel van de rol. Zo begint het identificeren, het uitdenken en de ontwikkeling van nieuwe functionaliteiten op de site bij de E-commerce Manager. Diepe technische knowhow hoeft zij/hij echter niet te hebben, daarvoor heeft het bedrijf een sterk team aan technische Product Owners in huis. De meerwaarde van de E-commerce Manager zit hem bovenal in de conversiegedreven blik waarmee zij/hij elk label – winkel, om in de metafoor te blijven – naar een hoger niveau tilt. Met diezelfde conversie- en optimalisatiegedreven blik kijkt de E-commerce Manager ook naar naar projecten en uitdagingen. Zo is verdere groei in Duitsland een van de speerpunten op de agenda. Ook bij het ‘Going Local’-project, met als doel meer lokaal aanbod in het assortiment op te nemen, speelt de E-Commerce manager met haar/zijn team (zes fte) vanuit conversie- en UX-perspectief een belangrijke rol.

De E-commerce Manager stippelt samen met de Head of Product Development, die alle technische product owners aanstuurt, de roadmap voor het bedrijf uit. Gezamenlijk sturen zij de roadmap board aan. Ook bepalen ze prioriteiten in overleg met key stakeholders als de CTO/Director Product & Tech en de COO// Director Category & Operations. Ten slotte monitoren ze continu de voortgang. Op deze manier heeft de E-commerce Manager een sturende rol in de koers van productontwikkeling in de organisatie.

## Momentum

Het is een bijzonder en cruciaal moment om in de rol te stappen. Juist nu het team zo’n belangrijke plek in de organisatie heeft, is de behoefte aan een stevige, daadkrachtige E-commerce Manager groot. De E-commerce Manager rapporteert aan de COO/Director Category & Operations en maakt samen met de eindverantwoordelijken voor Strategic Category Management, Category Operations, Data & Analytics en Customer Care & Fulfilment deel uit van het MT van deze afdeling.






De E-commerce Manager helpt het team zich verder te ontwikkelen en vertegenwoordigt de kennis en kunde van het team vol overtuiging naar de rest van de organisatie. Dat betekent in de praktijk dat de E-commerce Manager niet alleen het team coacht en begeleidt maar dat zij/hij ook als een bedreven stakeholder annex lobbyist door de organisatie navigeert en proactief nieuwe samenwerkingen op zoekt. Zo verzekert de E-commerce Manager het team van nieuwe impulsen, initiatieven en waardevolle input en versterkt zij/hij tegelijkertijd de centrale positie van het team in de organisatie.

Niet alleen is het momentum perfect om E-commerce Manager te worden bij Talpa eCommerce. Deze rol is ook zo interessant vanwege de vele vrijheden en mogelijkheden die ze biedt. Zo beschikt de E-commerce Manager over een uitstekend team en state-of-the-art technologie om innovatief en creatief te denken én te doen. Want snel schakelen, daar houden ze bij Talpa eCommerce van. Het is een ondernemende organisatie, waar mensen worden aangemoedigd om ownership te nemen voor hun werk en samen mooie resultaten te boeken. ■

**Interesse?** Talpa eCommerce (Emesa) werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds. Neem contact op met Jessica Lim via [jessica.lim@topofminds.com](mailto:jessica.lim@topofminds.com) om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.



**“Conversiegedrevenheid en creativiteit zijn essentieel om de labels optimaal in de markt te zetten. Daadkracht en stakeholdermanagementskills kunnen in deze rol ook niet ontbreken. Die heb je nodig om de centrale rol van het e-commerce team stevig in de organisatie te verankeren. Daarvoor krijg je van ons alle vrijheid en verantwoordelijkheid.”**

Bart de Jong, COO