



FUNCTIEPROFIEL

CMO

Kandidaatprofiel

- Vanaf 15 jaar ervaring
- Met strategische marketing
- Binnen B2C, retail of FinTech
- In high growth organisaties
- Data-drive

Leusden Vanaf 15 jaar werkervaring



InShared is een digitale en innovatieve verzekeraar, voor alles op de weg, in en om het huis, en het gezin. En InShared heeft grote ambities voor de komende jaren. De CMO zal een sleutelrol spelen in de nieuw te vormen bedrijfsstrategie, de aan te scherpen merkpositionering en de digitale groeistrategie.

InShared

InShared is een grote Nederlandse verzekeraar, voor alles op de weg, in en om het huis, en het gezin. Een verzekeraar die het net even anders doet. "InShared, We All Benefit."

En die lijfspreuk nemen ze serieus. InShared gebruikt maar een vast klein deel van alle premies om het bedrijf te runnen en verreweg het grootste deel voor de snelle schadeafhandeling en uitkering. En blijft er onderaan de streep geld over? Dan is de belofte dat Inshared dat gewoon weer teruggeeft, ofwel direct aan de klanten of via bijvoorbeeld schenkingen aan goede doelen. Zoals ze hebben laten zien tijdens de Coronapandemie, toen er een stuk minder schadegevallen waren.

InShared heeft grote ambities voor de komende jaren. Met name op het gebied van groei, innovatie, en Europese uitrol. En dat heeft nogal wat te betekenen voor het vernieuwen, verbeteren en optimaal laten presteren van het merk, onderscheidende proposities, en de customer growth strategy. De CMO zal binnen het leadership team een sleutelrol spelen in de beweging naar een totaal nieuw niveau van presteren voor het merk, en naar een nieuwe groeifase voor de hele organisatie.

CMO

De nieuwe CMO is een ervaren merkstrateeg en zal een team aansturen van, in eerste instantie, zo'n tien personen. Zij of hij zal verantwoordelijk zijn voor merkpositionering, propositie-ontwikkeling, digitale strategie, marketing, sales, en partnerships.

Eén van de belangrijkste doelen voor de CMO zal zijn om een vernieuwend merk te helpen bouwen in een wereld die verandert, met concurrenten die niet stilzitten en veranderde klantbehoeften. Een duidelijk onderscheidend merk, met innovatieve producten en idem digitale klantervaringen. Daaraan gekoppeld zit nog de uitdaging om het verhaal van InShared ook intern weer meer te doen leven, om zo de cultuur en identiteit en de verbondenheid van medewerkers daarmee, te versterken.

De organisatie zal op een hoger niveau moeten gaan presteren, wil InShared de ambitie behalen om versneld te internationaliseren en de omzet met een factor vier te vergroten tussen nu en 2030. En dat in competitieve markten, niet alleen in Nederland maar ook bijvoorbeeld in Duitsland en Spanje. De CMO ontwikkelt het marketingteam daarom naar het volgende niveau, zowel qua skills als in de nabije toekomst ook qua omvang. Naast een ervaren merkstrateeg is zij of hij dus een people manager die een high performing team kan leiden en uitbouwen.

De CMO behoudt het totaaloverzicht, van customer growth strategy, tot media, partnerships, en distributie. Van merkonderscheiding en -bewustzijn, acquisitie en sales, tot aan digitale klantervaring en customer lifecycle management. En zij of hij weet daarin effectieve en innovatieve oplossingen te vinden door gebruik te maken van creativiteit én data. De CMO is bedreven in en voelt zich op haar of zijn gemak met partnerships en het opzetten, onderhandelen over, en managen daarvan.

Deze functie betekent een kans om te innoveren, van kernpropositie tot nieuwe proposities, en van merkverhaal tot digitale kanalen, distributie en partnerships – zowel in Nederland als internationaal. Maar vooral ook een mogelijkheid voor een ambitieuze en ervaren marketing leader om echt het verschil te maken in een digitaal speelveld, met een aantoonbare relevantie en impact voor de maatschappij. ■



Interesse? InShared werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds. Neem contact op met janko.klaeijesen@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.



“Ik zoek een leider die onze positie als challenger komt versterken. Iemand die één jaar, drie jaar of zelfs langer vooruitdenkt. Een sparringspartner en strategische CMO met wie wij samen de internationale verzekeringsmarkt verder veroveren.”

– Suzanna Koning, CEO InShared