



FUNCTIEPROFIEL

E-commerce Manager

Kandidaatprofiel

- Vanaf zes jaar ervaring
- Met e-commerce bij een groter (retail)merk of product
- Strategisch
- Hands-on
- Commercieel
- Merkenbouwer

Amsterdam Vanaf 6 jaar werkervaring



Mode voor avontuurlijke mannen, van goede kwaliteit en voor een betaalbare prijs: met die propositie veroverde NZA New Zealand Auckland de markt. Op het gebied van e-commerce groeit het bedrijf hard, maar hier valt ook nog veel te winnen. De E-commerce Manager stippelt de strategie uit die de groei in goede banen leidt en dit domein naar de volgende fase tilt.

NZA New Zealand Auckland

Het verhaal van NZA New Zealand Auckland begint in 2008 als Eric Schraven en Laurens van der Kroft voor het eerst Nieuw-Zeeland bezoeken. Het onherbergzame landschap en de ongerepte natuur van het land maken diepe indruk op het tweetal. Bij terugkomst in Nederland besluiten ze dat er een mannenmodemerk voor de avontuurlijke man moet komen. Sleutelwoorden: sportief, casual en geschikt voor outdoor.

Vijftien jaar later is NZA New Zealand Auckland uitgegroeid tot een sterk merk met een grote schare trouwe fans in binnen- en buitenland. Vanuit het hoofdkantoor in Amsterdam, waar zo'n veertig mensen werken, ontwerpt het merk collecties die door meer dan tweeduizend toonaangevende retailers in 15 verschillende landen worden verkocht. Daarnaast heeft NZA New Zealand Auckland veertig brand stores – franchise en eigen winkels – in onder meer Nederland, Duitsland en België. De komende tijd komen er naar verwachting nog zo'n vijf winkels bij.

Naast de fysieke winkels, is e-commerce uiteraard een belangrijk afzetkanaal voor NZA New Zealand Auckland. De laatste jaren zat het onlinekanaal stevig in de lift. Onlangs onderging de webshop een grote rebranding en replatforming. Nu is het tijd om alle potentie die het online domein biedt, maximaal te benutten. Een geweldige uitdaging voor een E-commerce Manager die ervan houdt om iets van scratch op te bouwen.

E-commerce Manager

De E-commerce Manager heeft een duidelijk doel: ervoor zorgen dat e-commerce een op zichzelf staande entiteit wordt binnen de organisatie. De onlinestrategie richt haar pijlen op het ontwikkelen en uitbouwen van de webshops in Nederland, Duitsland en andere landen om het nationale en internationale online marktaandeel te vergroten. Mensen die ooit in de winkel een item van NZA New Zealand Auckland kochten, worden vrijwel allemaal ook online klant – en vice versa. Die offline en online werelden moeten naadloos op elkaar aansluiten. Naast de webshops, moeten ook marketplaces als Zalando op termijn een belangrijke rol gaan spelen.

De bouwstenen voor de e-commercestراتيجية zijn gelegd, aan de E-commerce Manager om deze strategie te challengen, aan te scherpen en te implementeren. Met name dat laatste is een belangrijk aspect van de rol: alleen kennis en kunde is niet genoeg, een hands-on aanpak is een must.

Het vertalen van deze strategie naar een professioneel, succesvol e-commercekanaal doet de E-commerce Manager samen met het e-commerceteam dat zij/hij aanstuurt. Dat team telt momenteel vier mensen, waaronder een marketeer, een contentprofessional, een junior e-commerceprofessional en een designer. Afhankelijk van de groei via het onlinekanaal mag de E-commerce Manager dit team op termijn zelf verder uitbouwen. Vooralsnog valt de rol onder de Retail Directeur, maar op termijn zal de E-commerce Manager direct aan de CEO rapporteren en ligt een rol in het MT in het verschiet. Doorgroeimogelijkheden zijn er volop.

In de dagelijkse praktijk werkt de E-commerce Manager nauw samen met de design- en marketingteams om de juiste uitstraling over de Bühne te krijgen, sterke campagnes op te tuigen en het winnende productaanbod te garanderen. Zij/hij snapt hoe de retailwereld werkt en welke dynamiek daarbij hoort. Dankzij die kennis en ervaring kan de P&L-verantwoordelijke e-Commerce Manager adequaat en proactief op zaken inspelen, en weet zij/hij precies wat nodig is om de online verkoopdoelen te realiseren.

Die proactieve manier van denken en doen brengt de E-commerce Manager ook over op het team, dat onder haar/zijn leiding steeds zelfsturender gaat werken. De E-commerce Manager stuurt bovendien externe webdevelopers en het externe marketingbureau aan en zorgt dat zij altijd haarfijn begrijpen wat de bedoeling is. Uitstekende communicatieve vaardigheden zijn daarvoor onmisbaar, net als de sociale vaardigheden en overtuigingskracht om mensen mee te krijgen.

Een ondernemende E-commerce Manager die eerder bij een groot merk het online domein succesvol verder op- en uitbouwde, krijgt bij NZA New Zealand Auckland alle ruimte om ownership te nemen om dat opnieuw te doen. Het is een dynamisch bedrijf met een enorme drive, waar veel ruimte is voor persoonlijke ontwikkeling en eigen inbreng. Men denkt liever in kansen dan in obstakels. Goede ideeën kunnen snel uitgevoerd worden, want de markt verandert continu en het tempo ligt hoog. Dat maakt NZA New Zealand Auckland een bedrijf waar mensen, en met name een ambitieuze E-commerce Manager, enorm veel impact kunnen maken. ■

Interesse? NZA New Zealand Auckland werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds. Neem contact op met Max Tasseron via max.tasseron@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.



“Er zit ongelooflijk veel
groeipotentie in e-commerce
maar die benutten we nog lang
niet optimaal. Als E-commerce
Manager krijg je alle vrijheid
en verantwoordelijkheid om
de potentie maximaal te
verzilveren. De impact die je hier
kunt maken, is enorm.”

Wouter Arnoldus, Retail Director