



Vacature

Head of Assortment & Display Planning

Media Markt



Al decennialang is MediaMarkt dé winkel voor betaalbare elektronica van topkwaliteit. Met een omnichannel strategie bedient MediaMarkt de offline, de online en de hybride klant. Deze omnichannel focus, en de transformatie naar een meer centraal ingerichte organisatie, gaan gepaard met een behoefte aan strategisch categoriemanagement. De Head of Assortment & Display Planning ontwikkelt en implementeert dit vanuit een sterke visie.

Kandidaatprofiel

- Ten minste 7 jaar ervaring
- Met strategisch categoriemanagement
- Binnen retail

 Rotterdam

 Vanaf 7 jaar werkervaring



Over het bedrijf

MediaMarkt

Een nieuwe televisie, radio, platenspeler of wasmachine: lange tijd waren dit grote uitgaven waarvoor men naar een dure speciaalzaak moest. De oprichters van MediaMarkt zagen al in 1979 dat dit ook anders kon. Een breed assortiment aan elektronica van A-merken voor een scherpe prijs, maar wél met deskundig advies, dat is hoe MediaMarkt vanaf de oprichting de markt heeft opgeschud. En met succes. Alleen al in de Benelux heeft het bedrijf tachtig winkels, waarvan 55 in Nederland. Internationaal is MediaMarkt met zo'n negenhonderd winkels en ruim achtendertigduizend medewerkers in twaalf Europese landen uitgegroeid tot de grootste elektronikaretailer van Europa.

MediaMarkt staat voor enorme keuze, deskundig advies, de nieuwste gadgets en merkproducten van topkwaliteit – en dat alles betaalbaar en onder één dak. MediaMarkt zorgt voor de optimale klantervaring vóór, tijdens en na aankoop van elektronica. Daarbij zet de retailer in op een omnichannel strategie die de klantbeleving centraal stelt. Hierdoor kan de klant zelf kiezen hoe, wanneer en waar het product wordt aangeschaft en geleverd. Het gemak om thuis te kunnen browsen en bestellen, maar ook de zekerheid dat klanten altijd naar een fysieke winkel kunnen voor vragen en eventuele troubleshooting, maken dat klanten bij MediaMarkt blijven terugkomen. ▶

Het bedrijf heeft de afgelopen jaren de organisatie gecentraliseerd. Daarbij is er meer focus komen te liggen op het strategisch inzetten van categoriemanagement. Een deskundige Head of Assortment & Display Planning gaat ervoor zorgen dat categoriemanagement volgens best practices voor de lange termijn wordt verankerd in de organisatie. ►



Head of Assortment & Display Planning

De Head of Assortment & Display Planning wordt verantwoordelijk voor het duurzaam verankeren van processen, systemen en standaarden op het gebied van strategisch categoriemanagement. Zij/hij begeleidt de creatie, positionering en het onderhoud van relevante klantgerichte assortimenten, evenals de commerciële activatie ervan over alle kanalen heen.

De Head of Assortment & Display Planning heeft hierin een duale rol. Enerzijds geeft zij/hij leiding aan het ontwikkelen van deze processen, systemen en standaarden en stuurt zij/hij de afdeling Assortment & Display Planning hierop. Anderzijds faciliteert zij/hij de category managers in de commerciële categorieteams en stelt zij/hij deze in staat de benodigde kennis en vaardigheden te internaliseren, bijvoorbeeld via het ontwikkelen en implementeren van standaarden, tooling en trainingen.

De Head of Assortment & Display Planning doet dit niet alleen, maar samen met vier direct reports: allemaal ervaren categoriemanagers die hun kennis en kunde nu inzetten om de strategische rol van categoriemanagement te prioriteren bij MediaMarkt. Het team ontwikkelt kaders voor assortiments- en leveranciersselectie, inclusief strategische planning, nieuwe productintroducties, eigen merken en categorie-optimalisatie en faciliteert effectieve leveranciersbetrokkenheid. Het team werkt samen met de categorieteams om de klantervaring te optimaliseren. De Head of Assortment & Display Planning stelt de KPI's op voor best-in-class assortiments- en displayplanning en maakt hierbij gebruik van gegevens over klanten, verkopen, assortimentsprestaties, leveranciers en het marktaandeel om zo datagestuurde beslissingen te nemen. ▶

MediaMarkt is een ondernemende organisatie waar medewerkers kansen krijgen – en geacht worden die kansen te pakken. Initiatief, directheid, vrijheid en verantwoordelijkheid staan hoog in het vaandel. In deze rol kan een ervaren categoriemanager, met een duidelijke visie op de strategische rol van categoriemanagement, het verschil maken voor de nog altijd groeiende organisatie. ■



Interesse?

MediaMarkt werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds.

Neem contact op met Emily Olij via emilyolij@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.

“Het is van strategisch belang om categoriemanagement een leidende rol te geven in de commerciële organisatie van MediaMarkt. De Head of Assortment & Display Planning ontwikkelt, communiceert en implementeert hiervoor de blauwdruk, op basis van best practices en in samenwerking met (internationale) teams.”

**Egbert Schroten,
Commercial Transformation Director**