



Vacature

CDO

soap.

BMCLINICS
BETAALBAAR MOOIER



Steeds meer mensen maken gebruik van cosmetische behandelingen. PE-partij Vendis nam onlangs SOAP en BM Clinics over en bracht deze onder in de nieuwe groep Aesthetic Enterprises. Door middel van snelle internationale groei wil de groep marktleider in West-Europa worden. Met consumenten die voor hun keuzen vooral digitale kanalen gebruiken, speelt de Chief Digital Officer een sleutelrol in het realiseren van die ambitie.

Kandidaatprofiel

- Ten minste 10 jaar ervaring
- Eerder een replatforming geleid
- Digital native
- IT-savvy
- Scale-up-mindset

 **Amsterdam**

 **Vanaf 10 jaar werkervaring**

SOAP en BM Clinics

De tijd waarin mensen sceptisch tegenover cosmetische behandelingen stonden, ligt ver achter ons. Onderzoek wijst uit dat ruim negentig procent van de Nederlanders positief of neutraal is over dit soort behandelingen. Het aantal klinieken voor cosmetische behandelingen is het afgelopen decennium bijna vertienvoudigd. En waar het vroeger vooral om vrouwen ging, vinden tegenwoordig ook steeds meer mannen de weg naar klinieken voor een pedicure, manicure, laserbehandeling of filler treatment. Die trend is niet alleen in Nederland zichtbaar: de markt voor beauty- en cosmetische behandelingen groeit wereldwijd hard.

In deze dynamische en nu nog gefragmenteerde markt ziet Vendis kansen om een rol te spelen in de consolidatieslag die zal volgen. Want waar veel cosmetische klinieken één, maximaal twee locaties tellen, hebben SOAP en BM Clinics in heel Nederland samen zeventien klinieken. De gezamenlijke omzet bedraagt zo'n vijftien miljoen euro. Deze ketens zijn voorlopers in de markt en hebben de potentie om ook in Europa een leidende positie te verwerven. ▶

“SOAP en BM Clinics blijven twee aparte labels gericht op een eigen doelgroep. Met deze merken dekken we de volledige markt af. De komende tijd gaat het aantal locaties flink groeien. Daarvoor kijken we vooral naar België en Duitsland. Naar verwachting vinden de eerste overnamen nog dit jaar plaats.” – Stephanie Litjens, Founder en CMO van SOAP

Onlangs nam Vendis Capital, het Europese private-equityfonds gespecialiseerd in het bouwen van consumer brands, SOAP en BM Clinics over. Onder de vleugels van deze investeerder willen de ketens de komende jaren verder groeien, zowel door nieuwe klinieken te openen als door middel van een actieve buy-and-buildstrategie. Het doel: de grootste en beste keten van cosmetische klinieken in West-Europa bouwen, met bijbehorende superieure online performance, zowel op het vlak van customer acquisition en customer retention, als op het gebied van digitale infrastructuur. Dat is de belangrijkste taak van de Chief Digital Officer (CDO). ▶





Vacature

Chief Digital Officer

Aan de CDO de opdracht om de websites van SOAP en BM Clinics te professionaliseren voor snellere en schaalbare groei. Zij/hij maakt een business case, brengt in kaart waar de kansen liggen en koppelt dit aan heldere doelstellingen en KPI's. Met als doel: best-in-class platformen creëren waarop leads via een optimale customer journey effectief naar een afspraak converteren. De basis van de platformen staat, maar zowel technisch als op het gebied van de customer experience is er veel ruimte voor optimalisatie. Om de gestelde doelen te halen, richt de CDO zich met name op twee domeinen: tech en digital marketing.

Zij/hij heeft een duidelijke visie en vertaalt deze naar effectieve plannen en concrete (optimalisatie)projecten. De CDO heeft een scherp beeld van waar een goede customer journey aan moet voldoen en zoekt daarbij continu naar verbeteringen en innovaties. Bij het doorontwikkelen van de IT-infrastructuur kan de CDO rekenen op advies en ondersteuning van OMMAX, een vooraanstaand internationaal opererend digitaal adviesbureau. Haar/zijn kennis en inzichten, gecombineerd met het advies van OMMAX, stellen de organisatie in staat om snel grote vooruitgang te boeken.

Leadgeneratie en conversie tot afspraken vormen de kern van de digitale operatie. De CDO ontwikkelt een strategie waarin upperfunnel marketing (inclusief social media), SEO, SEA en een optimale customer experience – inclusief loyaltyprogramma en CRM – centraal staan. De slagkracht is groot, aangezien de groep nu al een van de grootste en meest winstgevende spelers is. De CDO weet die kwantitatieve voorsprong ook aan een kwalitatieve voorsprong te koppelen. ►

Zij/hij werkt nauw samen met CEO David Sloff en CMO Stephanie Litjens en bouwt het digital team (drie fte's) op korte termijn verder uit. Samen met de CEO, CMO en CFO vormt de CDO het MT. Als onderdeel van dit team is zij/hij medeverantwoordelijk voor de overall strategie en doorvertaling naar concrete groeidoelstellingen.

De markt waarin de CDO opereert is dynamisch en buitengewoon kansrijk. Dat maakt het een ideaal speelveld voor een ondernemende CDO met de strategische skillset om een digitaal platform zowel technisch als op marketinggebied naar een hoger niveau te tillen. Als inspirerende leider stuurt zij/hij het team en de organisatie behendig naar de volgende fase van groei en succes.



Interesse?

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

Neem contact op met Janko Klaijzen via janko.klaijzen@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.

“De oriëntatie van klanten in deze branche is sterk online gericht. Door onze platformen te voorzien van de juiste IT-infrastructuur en de perfecte customer journey te creëren, zorgt de CDO ervoor dat SOAP en BM Clinics perfect op de online behoefte inspelen. In een markt met zoveel rugwind kun je in deze rol en bij deze organisatie veel waarde toevoegen.”

Vincent Braams,
Partner bij Vendis