

Vacature bij Comfora

CDO



TOP OF MINDS
Executive Search



Kandidaatprofiel

- Ten minste 10 jaar ervaring
- Met digital marketing en e-commerce
- Binnen sectoren met een sterke online klantreiscomponent
- Expert in online lead generation
- Inclusief kennis van bijbehorende tools en methoden (zoals CRM, SEO/SEA, A/B testing)
- Digital native
- Sterk ROI-gedreven

 **Alkmaar/Nunspeet**

Comfora – een bedrijf van Vendis Capital – verkoopt op maat gemaakte seniorenmeubels en -sanitair onder de merknamen Meubelzorg en Well-Fair. Het bedrijf bouwt het leidende Europese platform dat ‘aging in place’ mogelijk maakt. De Chief Digital Officer zet een best-in-class digital marketingorganisatie neer en beheert het aanzienlijke marketingbudget met een scherpe blik op ROI en het maximaliseren van leads.

Over Comfora

Binnenkort wordt de nieuwe merknaam Comfora gelanceerd naar de consument. Onder Comfora zijn de bedrijven Meubelzorg en Well-Fair verenigd, die zich beide richten op het mogelijk maken van zelfstandig en comfortabel thuiswonen voor ouderen. Meubelzorg (135 fte's) is marktleider in de Benelux in op maat gemaakte stoelen voor verschillende doeleinden: van sta-op-stoelen tot massagestoelen en relaxfauteuils. Well-Fair (vijftig fte's) is eveneens marktleider in de Benelux, maar in op maat gemaakte seniorenbedden en wellness-oplossingen, zoals een sunshower of een douchetoilet. Meubelzorg en Well-Fair zijn nog niet geïntegreerd wat betreft de commerciële operatie; dit is een belangrijke strategische stap voor het komende jaar. Met de recente rebranding van zowel Meubelzorg als Well-Fair naar Comfora is dit proces van start gegaan. Ook zal Comfora zich via buy & build verder uitbreiden.

Comfora is gefocust op het winnen van nieuwe klanten en omzetgroei bij bestaande klanten met behulp van hoogwaardige kwaliteit en uitstekende dienstverlening. Het bedrijf biedt volledig maatwerk en premium producten van hoge kwaliteit. Daarbij is er nog veel te winnen in het neerzetten van een lifestylemerk en het uitbreiden van innovatieve en comfortabele oplossingen rondom zelfstandig ouder worden. De groeimogelijkheden voor Comfora zijn sowieso enorm: heel Europa kampt met vergrijzing en binnen deze productgroepen is er nog geen vergelijkbaar alternatief, laat staan in de vorm van D2C-platforms of one-stop-shops. Comfora zal de komende jaren, via organische groei en acquisities, ook de Duitse en Franse markt betreden.

Het direct-to-consumer bedrijfsmodel van Comfora bestaat uit meerdere pilaren. Het belangrijkste is de eerste stap in de funnel: online lead generation. Via deze weg downloaden potentiële klanten de brochure en maken ze een afspraak voor





een productdemonstratie. Dat kan in een van de 24 showrooms, maar ook gewoon thuis. Via de dertig busjes van Comfora waarin prototypen worden vervoerd voor demonstraties vindt zestig procent van de verkoop aan huis plaats. De business van Comfora staat of valt bij een sterke online aanwezigheid met precies de juiste content én de juiste kanalen en frequentie van touchpoints.



Chief Digital Officer

De Chief Digital Officer (CDO) wordt verantwoordelijk voor de digitale strategie en operatie, met het zwaartepunt op goed onderbouwde, strategische budgetallocatie. Zij/hij bepaalt hoe het digital marketingbudget wordt besteed en kan deze keuzen aan de hand van duidelijke resultaten verantwoorden aan de CEO. Immers, alleen met optimale en kosteneffectieve lead generation kan Comfora de komende jaren zijn omzet verviervoudigen naar 250 miljoen euro.

Op het vlak van digital marketing is er namelijk werk aan de winkel. Bij een business waar het genereren van online leads zó cruciaal is, hoort een flink onlinemarketingbudget. Er liggen enorme kansen in het inzetten van resultaatgerichte investeringen, A/B-testen of heldere KPI's – zaken waar de eerste maanden na de start van Comfora te weinig focus op is geweest. Ook is het belangrijk om de juiste mix neer te zetten van marketingtools die passen bij het product en de doelgroep en om hierop bij te sturen waar nodig. Zo zorgt de CDO dat de effectieve cost-per-lead gelijk blijft, terwijl het kwalitatief bereik wordt vergroot.

Met de hulp van een extern bureau zijn er al initiatieven gestart om enerzijds de basis op orde te krijgen en anderzijds meer waarde te genereren. De lichten staan op groen – maar omdat Comfora een snelgroeiende scale-up is, staan er nieuwe uitdagingen voor de deur. De periode breekt namelijk aan waarin de organisaties van Meubelzorg en Well-Fair geïntegreerd gaan worden en het bedrijf een nieuw platform bouwt en lanceert, internationaal en onder één merknaam. Het is zaak in deze periode niet alleen de funnel gezond te houden, maar er zelfs nog een schepje bovenop te doen en nog meer leads te genereren en om te zetten in klanten – met meer producten en in meer landen.

“Voor deze rol moet een kandidaat écht een specialist zijn in systemen, methoden en trends van digital marketing. Zij/hij moet, bijvoorbeeld, in Google Analytics en Hubspot kunnen duiken om te analyseren en onderbouwen waar de verbetermogelijkheden liggen en deze verbeteringen vervolgens implementeren. Dat kan alleen als iemand stevige digital kennis meebrengt en op commercieel vlak door de wol geverfd is.”

**Daan Corvers,
CEO Comfora**

De CDO rapporteert aan de CEO van Comfora en neemt plaats in het MT, waarin ook een CCO en een CFO zitten, evenals een Head of Customer Journey die verantwoordelijk is voor concept, content en merkstrategie. De CDO stuurt, naast externe bureaus, een groeiend Digital-team van enkele fte's aan. Zij/hij krijgt de ruimte dit team aan te vullen of de rollen aan te passen op basis van haar/zijn eigen visie en in samenspraak met de CEO. Zij/hij heeft een flexibele leiderschapsstijl, van coachend op details tot inspirerend waar nodig in de context, en kan flexibel manoeuvreren tussen de twee organisaties en toekomstige organisaties onder Comfora.

De juiste kandidaat is een digital native en heeft ruime ervaring met het inzetten van SEO/SEA, CRM, sociale media en eventueel andere kanalen. Zij/hij weet welke aanvliegrouten mogelijk zijn voor deze kanalen, begrijpt de D2C-dynamiek, beheerst de funnel van begin tot eind en zet de juiste tools en methoden in om tot een gedegen strategie te komen en deze uit te voeren.





De CDO speelt een grote rol in het neerzetten van een internationaal one-stop-shop-platform voor een groeiende doelgroep, die dankzij de producten van Comfora langer comfortabel thuis kunnen wonen. Zij/hij krijgt in deze rol de kans een winnend concept internationaal te vermarkten.



Interesse?

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

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



TOP OF MINDS
Executive Search