

Vacature bij McDonald's

Chief Marketing Officer



TOP OF MINDS
Executive Search



Kandidaatprofiel

- Vanaf 15 jaar ervaring
- Ervaring in digitale transformaties
- Scherpe business-sense
- Bekend met de dynamiek van retail
- Uitstekende stakeholdermanagement skills (intern en extern)
- Empathische leider
- Ondernemend

 **Amsterdam**

Met restaurants in meer dan honderd landen en dagelijks bijna zeventig miljoen gasten is McDonald's een van de bekendste merken ter wereld. Het is een unieke en dynamische organisatie, waarin samenwerking – onder andere met de vele franchisenemers – en groei centraal staan. De Chief Marketing Officer versterkt het merk in de volle breedte, zowel strategisch als operationeel.

Over McDonald's

Als marktleider in de fastfoodbranche zet McDonald's voortdurend in op innovatie en vernieuwing. Het doel blijft altijd hetzelfde: lekker en betaalbaar eten toegankelijk maken voor iedereen. Of het nu gaat om nieuwe menu-items, de inrichting van de restaurants of nieuwe bezorg- en digitale bestelopties, McDonald's wil dat gasten op elk moment terechtkunnen voor een snelle en toegankelijke maaltijd – thuis, onderweg of in een restaurant.

Tegelijkertijd draait het bij McDonald's niet alleen om eten, maar ook om de mensen. In ruim 38.000 restaurants werken tienduizenden teams wereldwijd samen om van lekker eten een feelgood-moment te maken. Het bedrijf streeft ernaar het meest inclusieve merk ter wereld te zijn en zet zich actief in voor duurzaamheid, onder meer door minder afval te produceren, bewuster om te gaan met ingrediënten en verantwoord in te kopen. Plastic bekertjes en rietjes zijn inmiddels verleden tijd en de focus bij het ontwikkelen en promoten van menu's verschuift steeds meer naar kip, dat beduidend minder CO2 uitstoot dan rundvlees.

Lokale autonomie

Zoals op zoveel vlakken, legt McDonald's de lat graag voortdurend hoger. Daar krijgt het vanuit het Amerikaanse hoofdkantoor veel ruimte voor – de lokale vrijheid gaat bij McDonald's verder dan bij veel andere internationale organisaties. Amerika geeft kaders en richtlijnen; daarbinnen krijgen lokale teams volop autonomie en vrijheid. Daar wordt in Nederland maximaal gebruik van gemaakt: het merendeel van de plannen worden lokaal ontwikkeld en uitgevoerd. Van menu-items tot marketingcampagnes: vanuit het kantoor in Utrecht zet een gedreven team van meer dan honderdtwintig medewerkers zich gepassioneerd in om gasten de beste beleving te bieden, zowel in de restaurants als digitaal. En uitermate zichtbaar: McDonald's is een van grootste adverteerders van ons land.





Chief Marketing Officer

McDonald's versterkt de marketingorganisatie met een ondernemende Chief Marketing Officer (CMO) die richting geeft aan de verdere ontwikkeling en uitvoering van marketingvisie en -strategie. Van merkpositionering en innovatieve activatie tot performance marketing, CRM en datagedreven klantinteracties: de scope van de CMO is breed en integraal. Vanuit een heldere visie op innovatie en gastbeleving in combinatie met een sterke business-sense stuurt deze leider op merkontwikkeling, kanaalactivatie, loyaliteit, creativiteit en digitalisering. Het aantal digitale transacties is de afgelopen jaren sterk gegroeid, met als focus een high tech én high touch ervaring die het gastvrije gevoel van McDonald's behoudt.

Waar McDonald's zich voorheen vooral binnen de eigen waardeketen bewoog, reikt de invloed inmiddels verder. Via de app komt de marktleider bij de gasten thuis en leert ze aan de hand van gepersonaliseerde aanbiedingen en promoties steeds beter kennen. De komende jaren ligt de focus op het slimmer benutten en verrijken van data voor een nog persoonlijkere benadering.

“Marketing is de motor van deze organisatie. Met een scherpe commerciële blik, focus op continue optimalisatie en daadkracht draag je als CMO bij aan stijgende gasttevredenheid, versterk je merkvertrouwen en omzetgroei.”

Annemarie Swijtink,
Managing Director

De CMO leidt het interne marketingteam (14 fte) – bestaande uit de subteams Consumer Insights & Menu Development, Brand Campaigning, en Digital – en stuurt daarnaast diverse externe bureaus aan, waar in totaal zo’n vijftig professionals dedicated voor McDonald’s werken. Als dé stem richting de gasten vertaalt de CMO – in nauwe samenwerking met onder meer het Business Insights-team en Operations – gastinzichten naar impactvolle marketingcampagnes en –proposities die bijdragen aan een hogere customer lifetime value. Met een multidisciplinaire blik identificeert zij/hij kansen om de merkstrategie optimaal te laten aansluiten op de lokale marktbehoefte – met een focus op het bouwen van langetermijnstrategieën én op directe optimalisatie en rendement.

Samenwerking en stakeholdermanagement

Een ander belangrijk aspect van de rol is het optimaal afstemmen van de samenwerking tussen de verschillende stakeholders. De CMO begrijpt wat gasten drijft en houdt tegelijkertijd rekening met de belangen van franchisenemers, die een belangrijke stem hebben in de organisatie. Zij/hij luistert actief, weegt perspectieven zorgvuldig af en zorgt voor breed draagvlak bij alle betrokkenen. Dat vraagt om een empathische leider die goed kan luisteren, tactvol kan beïnvloeden en oog heeft voor culturele nuances. Met dezelfde drive en sensitiviteit creëert de CMO een cultuur die toptalent aantrekt en behoudt. Creativiteit, samenwerking en groei staan centraal. Vanuit daar ontstaat de energie om verder te innoveren. Als visionair leider durft zij/hij de status quo te challengen, out-of-the-box ideeën te introduceren en krijgt zij/hij mensen moeiteloos in beweging. In een organisatie als McDonald’s, waar samenwerking een speerpunt is, is dat van cruciaal belang.





“De app is onze lobby van de toekomst. Als ‘ouderwets’ restaurant zoeken we voortdurend naar manieren om dichterbij de mensen te komen – in plaats van andersom. Waar maken we contact met mensen als ze niet in onze restaurants eten om toch aan ons merk te bouwen? De app is daar hét vehikel voor.”

**Stijn Mentrop,
CMO**

Sterk leiderschap, een scherp commercieel kompas en P&L-ervaring maken deze CMO tot de drijvende kracht achter strategische én hands-on marketingimpact bij een van 's werelds grootste merken – met uitzicht op interessante (internationale) doorgroeimogelijkheden.



Interesse?

McDonald's werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds.

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



TOP OF MINDS
Executive Search