

Vacature bij Lucardi

Marketing & E-commerce Director

LUCARDI
JUWELIER



TOP OF MINDS
Executive Search



Kandidaatprofiel

- Vanaf 10 jaar ervaring
- Eindverantwoordelijke rol binnen marketing en e-commerce
- Ervaring in aansturen van grotere teams
- Creatieve merkenbouwer
- Sterke commerciële drive
- Hands-on

 Den Haag

Lucardi is de grootste juweliersketen van Nederland, tegelijkertijd is er op veel vlakken ruimte voor verbetering. Onder de vleugels van investeerder Mentha Capital is een volledig nieuw MT gestart met een duidelijke missie: groei. De Marketing & E-commerce Director ontwikkelt en implementeert de omnichannel strategie die dit mogelijk maakt.

Over Lucardi

In 1988 opende in Nederland de eerste Lucardi-juwelier, toen nog onder de naam Luigi Lucardi. De formule was eenvoudig maar vernieuwend: een 'inloopjuwelier' waar consumenten van alle leeftijden gemakkelijk binnenlopen voor kwalitatieve sieraden voor een betaalbare prijs. Het concept sloeg aan en het aantal winkels nam in rap tempo toe. Anno nu zijn er in Nederland 136 Lucardi-juweliers (waarvan het merendeel op A-locaties in winkelstraten), zes vestigingen in België en drie in Duitsland. Ook online is het merk goed vertegenwoordigd, via de eigen webshop en via marketplaces als Zalando, Amazon en bol. Klanten zijn uiterst trouw: Lucardi's loyaltyprogramma telt bijna een miljoen leden.

In 2018 nam PE-investeerder Mentha Capital een meerderheidsbelang in Lucardi. Onder hun leiding bereidt de organisatie zich voor op een volgende groeifase, waarin de fundamenteën van het merk opnieuw worden aangescherpt. De ambitie liegt er niet om: binnen drie jaar een jaaromzet van honderd miljoen euro.

Met een nieuw MT richt Lucardi zich op het versterken van de oorspronkelijke propositie, het aanpakken van achterstallig onderhoud in winkels en het verbeteren van de online customer journey. Zo wil de organisatie haar DNA als toegankelijke discountjuwelier herontdekken: een modern merk dat staat voor vakmanschap, laagdrempeligheid en een uitstekende prijs-kwaliteitverhouding. Met de recente strategische herpositionering is de basis gelegd; nu is het zaak dit te vertalen naar een doordacht plan dat het merk weer lading geeft.





Marketing & E-commerce Director

De Marketing & E-commerce Director stapt in op een uniek moment. Samen met een ambitieus, eensgezind MT en een gedreven team begint zij/hij aan een uitdagende opdracht met een gemeenschappelijk doel: groei. Dat er op alle fronten ruimte voor verbetering is, biedt legio kansen: elke kleine stap kan grote impact hebben. Dit geldt voor vrijwel alles wat de Marketing & E-commerce Director aanpakt.

De afgelopen jaren zijn er binnen e-commerce volop slagen gemaakt; voor nu ligt de primaire focus op marketing. Het merkverhaal, de winkelpresentatie, campagnes en de totale omnichannelbeleving moeten opnieuw vormgegeven worden. Dat gaat verder dan het uitstippelen van een coherente merk- en marketingstrategie; de focus van de rol ligt op bouwen en professionaliseren zodat het fundament voor groei en relevantie stevig staat.

Dat begint bij het scherpstellen van de merkpositionering. Lucardi wil terug naar de kern: een toegankelijke discountjuwelier met een consistente uitstraling, zowel online als offline. Die ambitie raakt vrijwel elk domein: winkeluitstraling, fotografie, visuals en campagnes moeten naadloos op elkaar aansluiten en de merkidentiteit helder over de Bühne krijgen. Op basis van een helder brandbook en heldere guidelines ontwikkelt de Marketing & E-commerce de Director de optimale off- en online winkelbeleving. Dankzij een nauwe samenwerking tussen marketing, category management en inkoop versterken campagnes en het assortiment elkaar – iets wat nu nog te weinig gebeurt.

Brede scope en verantwoordelijkheid

Als lid van het MT heeft de Marketing & E-commerce Director de ruimte en het mandaat om het marketing- en het e-commerce team optimaal in te richten. Het e-commerce team telt vijf fte, het marketingteam acht. Een aantal activiteiten wordt uitbesteed aan bureaus, maar dit is het ideale moment om de teams intern stevig neer te zetten en verantwoordelijkheden te beleggen – uiteraard met oog voor hoe bijvoorbeeld AI en andere technologie daarbij kunnen ondersteunen. Dit alles doet de Marketing & E-commerce Director op doortastende en inspirerende wijze, waardoor de teams soepel meebewegen met veranderingen. Zelf rapporteert deze persoon direct aan de CEO, Pauline Boerman.

“ *Niet vaak kan een rol zoveel zichtbare impact maken als de Marketing & E-commerce Director: een strakke, consistente merkpositionering, hoogwaardige campagnes en content, optimale klantbeleving – online en offline – en significante marge- en omzetgroei. Zo draag je direct bij aan onze ambitieuze groeidoelstellingen.*”

▪ **Pauline Boerman, Chief Executive Officer (CEO)**

Dit is een uitdagende rol voor een sterke leider met ruime marketingexpertise, aangevuld met ervaring in e-commerce binnen een B2C-retailomgeving, idealiter met een link naar fashion, beauty of lifestyle. Haar/zijn strategische vergezichten gaan samen met een hands-on mentaliteit en de enorme drive om te bouwen en te verbeteren. Tot slot is het belangrijk dat deze professional zich thuis voelt in een nuchtere, pragmatische cultuur waarin veel te verbeteren valt en gedreven vakmensen vastbesloten zijn die verbetering samen te realiseren.





Interesse?

Lucardi werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds.
Neem contact op met Marc Mohr via marc.mohr@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt.



TOP OF MINDS
Executive Search