

Vacature bij de Bijenkorf

Divisional Manager

de Bijenkorf 



TOP OF MINDS
Executive Search



Kandidaatprofiel

- Vanaf 7 jaar ervaring
- In buying en/of category management
- Datagedreven
- Verbindende, zichtbare leider

 **Amsterdam**

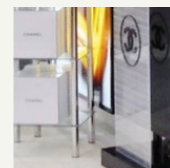
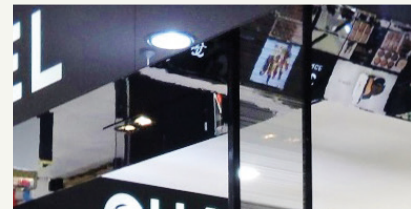


de Bijenkorf bevindt zich in een transformatie, waarbij de inkoopafdeling het commerciële en analytische hart van de organisatie wordt. Door data slimmer in te zetten, ontstaat een optimaal samenspel tussen assortiment en operatie. Een uitgelezen moment voor de Divisional Manager om een omnichannelstrategie te ontwikkelen die naadloos aansluit bij de merkstrategie en ambitieuze groeidoelstellingen.

Over de Bijenkorf

de Bijenkorf is een van de meest iconische warenhuizen van Nederland, met een historie die teruggaat tot 1870. In dat jaar begon de zaak als kleine furniturewinkel aan de Nieuwendijk in Amsterdam. Tegenwoordig telt het luxe warenhuis zeven fysieke vestigingen – in Amsterdam, Den Haag, Rotterdam, Eindhoven, Utrecht, Amstelveen en Maastricht – aangevuld met het ‘achtste warenhuis’, de digitale winkel. Samen realiseren deze vestigingen een jaarlijkse omzet van ongeveer een miljard euro en verwelkomen ze ongeveer 22 miljoen bezoekers. Fashion draagt voor zo’n zeventig procent bij aan de omzet, non-fashion de overige dertig procent.

Amsterdam en Rotterdam zijn met een vloeroppervlakte van ongeveer veertigduizend vierkante meters de grootste vestigingen, tegenover de kleinste locatie in Maastricht die ‘slechts’ zevenduizend vierkante meter telt. Elke vierkante meter in de winkels wordt zorgvuldig ingericht, met steeds meer beslissingen gebaseerd op data. De coördinatie hiervan is de afgelopen jaren steeds centraler georganiseerd vanuit de internationale moederorganisatie. In totaal werken zo’n 4.500 mensen voor de Bijenkorf, verspreid over het hoofdkantoor in Amsterdam Zuidoost, het distributiecentrum in Tilburg, de centrale bakkerij in Amsterdam en de warenhuizen. Sinds 2011 is de Bijenkorf eigendom van de Britse Selfridges Group, dat in 2022 werd overgenomen door Central Group uit Thailand en het Oostenrijkse Signa.





Divisional Manager

De Divisional Manager ontwikkelt en implementeert de categorie- en merkstrategie binnen een divisie en bewaakt de uitvoering in de winkels. Als eindverantwoordelijke voor een of meerdere van de categorieën – heren-, dames- of kindermode, Home & Food, Beauty of Accessoires – geeft zij/hij leiding aan een team van zeven buyers en zorgt voor een effectieve vertaling van strategie naar resultaat.

Het is een bijzonder moment om aan boord te komen, nu de Bijenkorf volop transformeert naar een innovatievere en datagedreven organisatie. Ook de Divisional Manager gebruikt data als leidraad voor keuzes over het assortiment. In nauwe samenwerking met de salesmanagers bepaalt zij/hij welke producten op welke plek in de winkel komen en onder welke inkoopvoorwaarden – voor zowel de fysieke winkels als het digitale verkoopkanaal. Ook wordt er voortdurend geschakeld met de teams van marketing en merchandising, en onderhoudt de Divisional Manager contact met leveranciers. Zo verankert deze professional een omnichannelvisie waarin fysieke en digitale winkels elkaar optimaal versterken.

Goed contact met de warenhuizen is cruciaal. Regelmatige bezoeken zorgen voor een effectieve samenwerking, waarin store- en salesmanagers zich betrokken en gehoord, voelen. Door mensen te verbinden en op de juiste manier te beïnvloeden, bevordert de Divisional Manager de ontwikkeling van de teams en versterkt zij/hij de positie van de Bijenkorf als vooruitstrevend warenhuis.

Tot slot speelt de Divisional Manager een bepalende rol in de cultuur binnen de divisie. In deze cultuur staan optimale samenwerking, een datagedreven manier van werken en een voortdurende focus op verbetering en klantgerichtheid centraal. Medewerkers nemen ownership en krijgen de ruimte om te ondernemen, iets wat de Divisional Manager actief stimuleert. Zij/hij rapporteert aan de Head of Buying.

”

In deze rol ben je eindverantwoordelijk voor de categorie- en merkstrategie van een divisie. Vanuit een omnichannelperspectief stel je strategische inkoopplannen op, selecteer je onderscheidende merken, productlijnen en pricing, en bouw je duurzame relaties met leveranciers om de beste condities te realiseren en winstgevende groei te stimuleren.”

▪ **Benjamin Terzibasiyan, Chief Commercial Officer**

De ideale Divisional Manager combineert brede kennis van verschillende productcategorieën met inzicht in financieel management en ervaring in leveranciersonderhandelingen. Zij/hij communiceert uitstekend in het Engels en weet complexe processen helder over te brengen. Resultaatgerichtheid, initiatief en een duidelijke visie gaan samen met sterke samenwerkings- en leiderschapskwaliteiten.





Interesse?

de Bijenkorf werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds.
Neem contact op met Liselot Schipper via liselot.schipper@topofminds.com
of Esme Bakker via esme.bakker@topofminds.com om te laten weten dat je
interesse hebt.



TOP OF MINDS
Executive Search