

Vacature bij de Bijenkorf

Head of Digital

de Bijenkorf 



TOP OF MINDS
Executive Search



Kandidaatprofiel

- Vanaf 10 jaar ervaring
- Sterke kennis van e-commerce, marketingtechnologie, data & analytics en platformontwikkeling
- Bewezen vermogen om digitale transformatie(s) te leiden
- Commercieel
- Hands-on
- Technisch onderlegd
- Start-upmentaliteit

 **Amsterdam**

Als een van de eerste warenhuizen in Europa startte de Bijenkorf al vroeg met een digitale winkel. Inmiddels vertegenwoordigt het online kanaal een substantieel aandeel van de omzet en levert een grote bijdrage aan de innovatie en het klantdenken. De Head of Digital wordt eigenaar van de digitale roadmap en draagt directe P&L-verantwoordelijkheid voor dit kanaal.

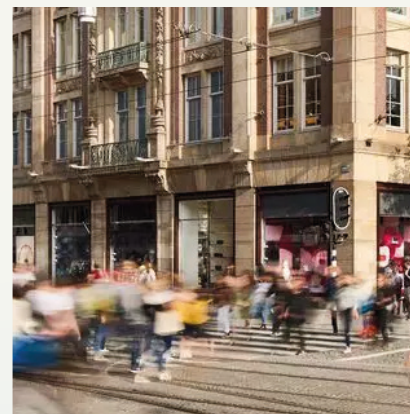
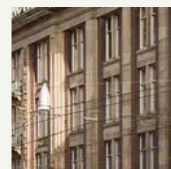
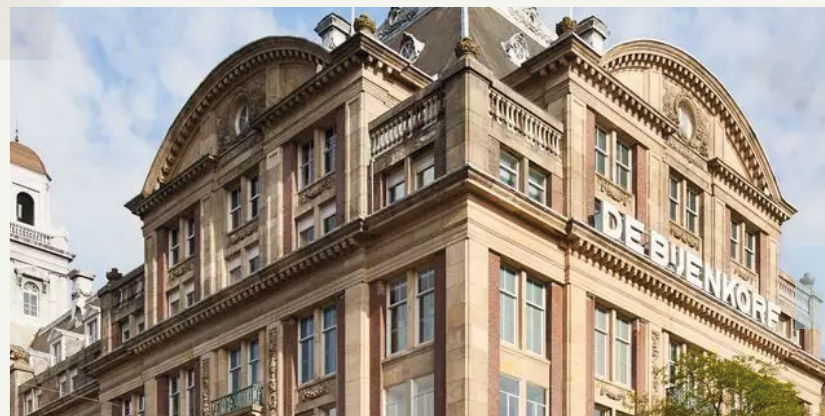
Over de Bijenkorf

De Bijenkorf is een van de meest iconische warenhuizen van Nederland. De historie gaat terug tot 1870, toen de winkel begon als kleine fourturenzaak aan de Amsterdamse Nieuwendijk. 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. Jaarlijks trekken de warenhuizen zo’n 25 miljoen bezoekers en de digitale winkel meer dan 100 miljoen bezoekers per jaar. Fashion is goed voor ongeveer zeventig procent van de omzet, non-fashion voor de resterende dertig procent.

Sinds 2011 is de Bijenkorf onderdeel van de Selfridges Group, dat in 2022 werd overgenomen door de Thaise Central Group. Onder leiding van de nieuwe eigenaren ligt de focus meer op een datagedreven en innovatieve aanpak. Met succes: ook in deze uitdagende markt blijft de Bijenkorf winstgevend.

Digitale pionier

Binnen Central Group Europe wordt de Bijenkorf gezien als een digitale voorloper. Tegelijkertijd is er nog volop potentie om te groeien in het online domein. De komende jaren ligt de focus op betere afstemming van fysieke en digitale winkels, met als doel de omnichannel ambitie waar te maken. Het aantrekken van een nieuwe Head of Digital en het positioneren van digital als een sturende kracht binnen de organisatie vormt een belangrijk onderdeel van deze koers.





Head of Digital

De Head of Digital is eigenaar van de volledige digitale roadmap en bepaalt waar de organisatie aan bouwt, welke verbeteringen prioriteit krijgen en hoe investeringen bijdragen aan commerciële doelstellingen. Om de perfecte customer journey te bouwen werkt de digitale leider nauw samen met de Head of Technology en het technologieteam.

Vanuit dit eigenaarschap vertaalt de Head of Digital de organisatiestrategie naar een toekomstgerichte digitale koers. Daarbij stuurt zij/hij op concrete commerciële, klantgerichte en operationele KPIs, zoals het verbeteren van conversie en de digitale winkelervaring. De functie rapporteert rechtstreeks aan CEO Sean Hill, een bewuste keuze om snelheid, slagkracht en investeringsruimte te vergroten en digitale beslissingen dicht bij het hoogste niveau te beleggen. Tegelijkertijd vertaalt de rol visie naar concrete acties en zorgt ervoor dat plannen daadwerkelijk worden uitgevoerd binnen de organisatie.

De Head of Digital geeft leiding aan een multidisciplinair team van dertien mensen, met twee direct reports: de Lead Digital Merchandising en de Lead Digital Optimization. Daarnaast schakelt zij/hij met afdelingen als buying, marketing, tech, product en supply chain. Binnen het complexe stakeholderveld van de matrixstructuur houdt de Head of Digital het tempo hoog en borgt een cultuur waarin continue optimalisatie en resultaatgerichtheid de norm zijn. Actieve kennisuitwisseling met Central Group Europe en Selfridges helpt schaalvoordelen te benutten en gezamenlijke innovatie te stimuleren.

Voor de directie fungeert de Head of Digital als strategische sparringpartner die het domein in organisatiebrede besluitvorming vertegenwoordigt. Ook voor het marketingteam vervult deze positie een belangrijke rol, actief meedenkend over zaken rondom performance, digitale media en de kwaliteit van traffic. Innovatie blijft een sleutelwoord: de rol richt zich op het ontwikkelen van proposities die bijdragen aan een premium klantreis verbeteren en conversie verhogen en zorgt voor beleid en processen die dit mogelijk maken.

“ De Head of Digital bouwt een high-performance organisatie die wendbaar is, resultaatgericht opereert is en eigenaarschap neemt over digitale performance en innovatie. Het is een uitdagende rol met veel exposure, waarin je op een bepalend moment vorm en inhoud geeft aan digital binnen een iconisch retailmerk.”

▪ **Sean Hill, Chief Executive Officer**

De ideale Head of Digital heeft een stevige achtergrond in online commercie en digitale groei en begrijpt hoe technologie en productontwikkeling bijdragen aan commerciële resultaten. Deze persoon denkt gestructureerd, handelt pragmatisch en neemt volop initiatief. Met dank aan een ondernemende, energieke leiderschapstijl slaagt de Head of Digital erin mensen en processen blijvend in beweging te brengen.





Interesse?

De Bijenkorf werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds.
Neem contact op met Marlies Hoogvliet via marlies.hoogvliet@topofminds.com
om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.



TOP OF MINDS
Executive Search