

Vacature bij de Postcode Loterij

Senior CRM & Lifecycle Marketeer



TOP OF MINDS
Executive Search



Kandidaatprofiel

- Vanaf 7 jaar ervaring
- Track record in het opzetten van customer journeys
- Ervaring met CRM-systemen en -tools
- Commercieel sterk
- Vaardige projectmanager
- Teamplayer

 Amsterdam

Met de buurt een prijs winnen en tegelijkertijd goede doelen steunen: dat is het concept van de Postcode Loterij. Als data- en marketinggedreven organisatie heeft de organisatie veel inzicht in wat deelnemers beweegt. De Senior CRM & Lifecycle Marketeer bedenkt en optimaliseert geautomatiseerde marketingflows die door middel van datagedreven en creatieve campagnes de band met deelnemers verder verdiepen.

Over de Postcode Loterij

Ongeveer één op de drie huishoudens in Nederland speelt mee met de Postcode Loterij of de VriendenLoterij. Dit betekent niet alleen kans maken op mooie prijzen samen met de hele buurt, maar ook bijdragen aan een eerlijkere, groenere en betere wereld. Elke maand winnen maar liefst zeshonderdduizend loten een prijs, terwijl tegelijkertijd goede doelen wereldwijd financiële steun ontvangen. Dit succesvolle win-winconcept is inmiddels, onder de internationale vlag van de Postcode Lottery Group, actief in vijf landen: Nederland, Zweden, Noorwegen, Duitsland en Groot-Brittannië. In 2024 bereikte de Postcode Lottery Group een mijlpaal door een recordbedrag van 969 miljoen euro te doneren aan maatschappelijke en culturele initiatieven, waarmee het zich wereldwijd de grootste fondsenwervende organisatie mag noemen. Vorig jaar schonk de Postcode Loterij in totaal 363 miljoen euro aan goede doelen, en reikte het daarnaast bijna 333 miljoen euro aan prijzen uit.

De rol van marketing

De marketingafdeling ontwikkelt de vele campagnes en activiteiten die de naamsbekendheid vergroten en de missie van de organisatie zichtbaar maken. Het team bouwt aan betrokkenheid onder deelnemers en stimuleert tegelijk de verkoop van loten. Alles met één helder doel voor ogen: zoveel mogelijk geld ophalen voor de maatschappelijke organisaties die de loterij ondersteunt.

Het team werkt daarbij met een enorme hoeveelheid data. Weinig organisaties kennen hun leden en doelgroep zo goed als de Postcode Loterij. Die inzichten maken het mogelijk om heel gericht de juiste segmenten te benaderen, met precies de juiste boodschap op het juiste moment.





Senior CRM & Lifecycle Marketeer

Met de recente start van de CRM Lead kreeg de CRM-afdeling een nieuwe impuls. Deze aanstelling maakt deel uit van een bredere herstructurering van de marketingteams, waarbij expertise en uitvoering bewust centraal binnen de organisatie worden gepositioneerd. Marketing automation is een strategische pijler geworden, met meer focus, slagkracht en ruimte om snel stappen te zetten.

Binnen die ontwikkeling speelt de Senior CRM & Lifecycle Marketeer een bepalende, commercieel gedreven rol. Zij/hij brengt een duidelijke visie mee op hoe customer journeys bijdragen aan activatie, binding en behoud van deelnemers en vertaalt die visie naar slimme, schaalbare flows. Met een scherp beeld van wat specifieke journeys kenmerkt - denk aan effectieve onboarding- en win-backprogramma's - geeft deze specialist een impuls aan het lifecycle-denken binnen de organisatie. De flows worden in nauwe samenwerking met data- en techteams gerealiseerd. Per touchpoint maakt deze specialist weloverwogen keuzes in triggers, content en kanalen, altijd volledig geïntegreerd in het CRM-landschap.

Over de volledige funnel bewaakt deze specialist de conversie en stuurt bij waar nodig. Flows worden geoptimaliseerd op basis van data, gedrag en klantwaarde, terwijl segmentaties continu worden aangescherpt. Zo bouwt de Senior CRM & Lifecycle Marketeer volledig geautomatiseerde journeys die structureel bijdragen aan het realiseren van de marketingdoelstellingen.

Dit is een positie voor een marketeer die graag het voortouw neemt en energie haalt uit het enthousiasmeren en inspireren van collega's. Door visie te combineren met executiekracht weet zij/hij anderen mee te nemen in een scherpere kijk op

onboarding, retentie en heractivatie. Binnen de internationale Postcode Lottery Group worden kennis en best practices volop gedeeld, in een open en ondernemende cultuur. Ideeën kunnen hier razendsnel in de praktijk worden gebracht.

“ *Dit is een belangrijk moment voor onze organisatie. CRM heeft onze volle focus en we bouwen het team waarmee we het domein optimaal kunnen inrichten. Als Senior CRM & Lifecycle Marketeer ben je echt de regisseur van de customer journeys: jij beheert het proces en bepaalt hoe we als Postcode Loterij voorop blijven lopen.*”

▪ **Geert Friebe, Head of Marketing & Partnerships**

De ideale kandidaat heeft ruime ervaring met marketing automation en beschikt over CRM-expertise die direct toepasbaar is binnen de context van de Postcode Loterij. Zij/hij beweegt zich moeiteloos in een dynamische omgeving, schakelt soepel met verschillende disciplines en brengt naast inhoudelijke kennis een sterk gevoel van eigenaarschap mee.





Interesse?

De Postcode Loterij 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