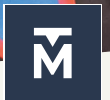


Vacature bij de Bijenkorf

Merchandising Manager

de Bijenkorf 



TOP OF MINDS
Executive Search



Kandidaatprofiel

- Vanaf 7 jaar ervaring
- Binnen e-commerce, FMCG of retail
- Ervaring met het maken van datagedreven voorraad- en forecastanalyses
- Leidinggevende ervaring
- Achtergrond in ketengestuurde omgeving
- Hands-on mentaliteit
- Verbindende teamplayer

 **Amsterdam**

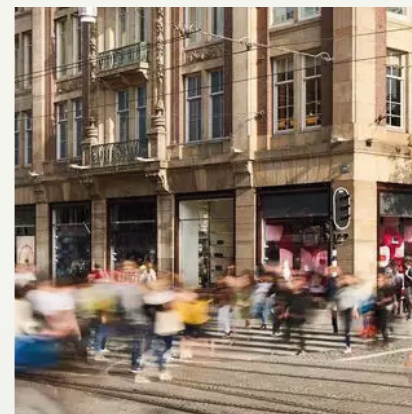
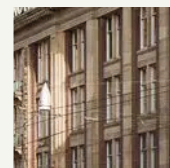
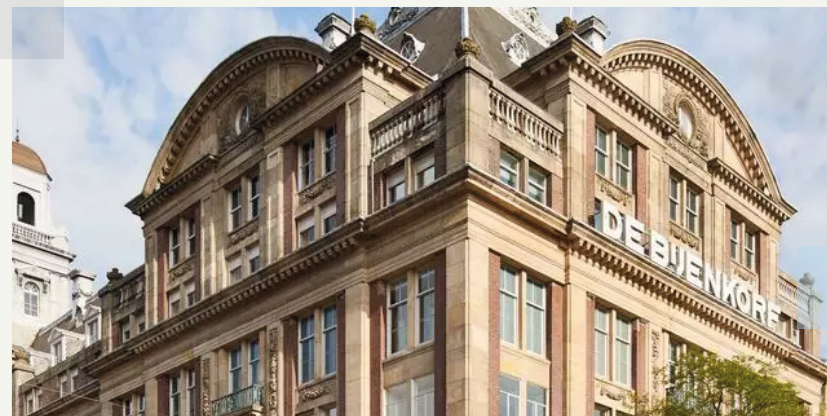
Consumentengedrag verandert continu, wat vraagt om wendbaarheid en precisie in high-end retail. De Bijenkorf speelt hierop in door datagedreven beslissingen te combineren met een unieke luxe beleving. De Merchandising Manager structureert de planningsprocessen en vormt een stabiel, toekomstbestendig team.

Over de Bijenkorf

Elk jaar stappen 22 miljoen mensen over de drempel van de Bijenkorf, een van de meest iconische warenhuizen van Nederland. De zeven fysieke vestigingen en het 'achtste warenhuis', de digitale winkel, realiseren samen een jaaromzet van ongeveer een miljard euro. Daarvan is zo'n zeventig procent afkomstig uit fashion; de overige dertig procent komt uit non-fashion.

Met een winkelloppervlak van veertigduizend vierkante meter zijn Amsterdam en Rotterdam de grootste vestigingen, terwijl Maastricht met 'slechts' zevenduizend vierkante meter de kleinste locatie is. In de winkels wordt iedere vierkante meter zorgvuldig benut, met beslissingen die steeds meer datagedreven zijn en in toenemende mate centraal worden aangestuurd vanuit de internationale moederorganisatie.

De Bijenkorf telt in totaal ongeveer 4.500 medewerkers, werkzaam op het hoofdkantoor in Amsterdam Zuidoost, in het distributiecentrum in Tilburg, de centrale bakkerij in Amsterdam en de verschillende warenhuizen. Sinds 2011 is de Bijenkorf onderdeel van de Britse Selfridges Group, die in 2022 werd overgenomen door Central Group uit Thailand en het Oostenrijkse Signa.





Merchandising Manager

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, wordt een optimaal samenspel tussen assortiment en operatie mogelijk. In deze professionaliseringsslag speelt de Merchandising Manager als operationele spil tussen de creatieve inkoopambities en de financiële realiteit een belangrijke rol. Terwijl inkoop graag zoveel mogelijk nieuwe trends en merken introduceert, houdt de Merchandising Manager zorgvuldig het budget, de marge en de voorraadrotatie in de gaten.

De samenwerking tussen de inkoopafdeling – buyers en divisional managers – en de Merchandise Manager verloopt als een goed afgestemde tandem. Inkoop onderhoudt contact met leveranciers, waarna de Merchandise Manager zelf met de belangrijkste leveranciers aan tafel schuift om scherp te onderhandelen over de voorwaarden. Daarbij laat zij/hij zich leiden door data die inzicht geven in performance, marktontwikkelingen en winstgevendheid. Naast inkoop zijn supply chain, finance en de winkels belangrijke stakeholders in dit proces.

Leiderschap en teamontwikkeling

De Merchandising Manager geeft leiding aan een team van acht fte, bestaande uit twee ervaren commercieel analisten en zes voorraadplanners. De analisten richten zich op budgetverantwoordelijkheid en diepgaande analyses, terwijl de voorraadplanners zorgen voor de dagelijkse goederenstromen en verdeling naar de winkels. Er is behoefte aan een coachende leider die structuur biedt en het teamgevoel versterkt. Zelf rapporteert de rol direct aan de Head of Merchandise, Gert-Jan de Jong, met wie zij/hij nauw samenwerkt om de afdeling verder te professionaliseren, onder meer door een meer datagedreven mindset te verankeren.

”

Wat deze rol zo interessant maakt, is dat alles samenkomt: commercie, ondernemerschap en hands-on onderhandelen met mooie merken. Er is volop ruimte om het verschil te maken en successen samen te vieren. Tegelijkertijd is het een perfecte kans om je leidinggevende vaardigheden verder te ontwikkelen.”

▪ **Gert-Jan de Jong, Head of Merchandise**

Dit is een positie voor een gedreven professional die de dynamiek van retail begrijpt en er energie van krijgt om hands-on in de operatie mee te draaien. Met een goede beheersing van Excel worden complexe data moeiteloos omgezet in concrete actieplannen. Ervaring met floor planning of merchandising vormt een sterke basis om direct waarde toe te voegen. Met de juiste mentaliteit en skillset heeft deze rol direct invloed op de commerciële resultaten van een van Nederlands grootste retailers, waardoor zij haar belofte aan klanten nu én in de toekomst kan blijven waarmaken.





Interesse?

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



TOP OF MINDS
Executive Search