

Vacature bij Uitgekookt

Marketing Growth Manager



TOP OF MINDS
Executive Search

Verse maaltijden, bereid in eigen keuken en bezorgd door eigen koeriers: in de hele keten van bestelmoment tot voordeur houdt Uitgekookt de regie. Met een nieuwe koers gericht op ambacht en kwaliteit bouwt de Marketing Growth Manager de marketingmotor waarmee de omzet in drie jaar tijd kan verdubbelen.

Kandidaatprofiel

- Vanaf 8 jaar ervaring
- In growth, performance en/of digital marketing
- Binnen B2C e-commerce
- Leidinggevende ervaring
- Datagedreven
- Ondernemend

📍 Zwolle

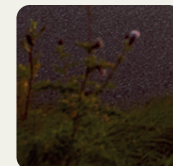


Over Uitgekookt

Nederland makkelijker gezonder laten eten: dat is waar Uitgekookt elke dag mee bezig is. De familie Van Marle zit al generaties in groenten. Toen Johan van Marle ruim twintig jaar geleden de groentewinkel van zijn ouders overnam, wist hij dat een speciaalzaak niet alleen mee moet bewegen met de tijd, maar er liefst op vooruit moet lopen. Hij verplaatste de winkel naar een centrale locatie, opende een keuken waar verse maaltijden werden bereid en breidde het concept gestaag uit naar evenementencatering en bezorging aan huis. Vandaag de dag bezorgt Uitgekookt verse maaltijden bij ruim driehonderdduizend klanten door heel Nederland.

Het bedrijf kiest nadrukkelijk voor een nieuwe commerciële koers: weg van de prijsvechter, naar een merk dat staat voor kwaliteit en vakmanschap. Vanuit dat nieuwe vertrekpunt is de stip op de horizon gezet: een omzetverdubbeling in drie jaar.

Op het hoofdkantoor en in de hypermoderne keuken in IJsselmuiden werken zo'n vierhonderd medewerkers en ruim twaalfhonderd koeriers in de bezorging. Samen vormen zij een toegewijd en trots team van 'smaakmakers': collega's die elkaar scherp houden en alle ruimte krijgen om persoonlijk en professioneel te groeien. Het warme en betrokken familiegevoel is opvallend voor een bedrijf van deze schaal.





Vacature

Marketing Growth Manager

De Marketing Growth Manager is verantwoordelijk voor de commerciële groei van Uitgekookt: meer nieuwe klanten, hogere bestelfrequentie en sterkere klantwaarde. De scope omvat de hele funnel, van het mediabudget waarmee nieuwe klanten naar de site komen en de CRO-strategie die hen door de bestelflow leidt, tot de CRM- en automation-aanpak die ervoor zorgt dat ze terugkomen. Elke week opnieuw moet de klant overtuigd worden om te bestellen. Door de customer journey continu te optimaliseren, onder meer door nog sterker in te zetten op personalisatie, zorgt de Marketing Growth Manager ervoor dat die keuze telkens in het voordeel van Uitgekookt uitvalt. Scherp kanaalbeheer is daarvoor essentieel. Klanten van Uitgekookt bestellen via app en website, maar bewegen zich op beide platformen anders. De Marketing Growth Manager brengt die verschillen helder in beeld en vertaalt ze naar gerichte campagnes, optimalisaties en betere conversie per kanaal.

De combinatie van schaal en snelheid maakt deze rol bijzonder. Een idee dat maandag bedacht wordt, kan vrijdag al getest worden. Bij Uitgekookt doet men niet aan onnodige schijven en presentaties; een goed idee krijgt meteen ruim baan. Met een aanzienlijk marketingbudget is er weinig dat de Marketing Growth Manager in de weg staat om plannen te opperen en uit te voeren.

Samenwerking is een groot goed bij Uitgekookt. Dat geldt ook voor het team waar deze rol leiding aan geeft, met daarin een data-analist, een performance marketeer en twee specialisten op het gebied van CRO en CRM. In de dagelijkse praktijk werkt het team nauw samen met het Brand-team; samen zorgen ze dat merk en performance elkaar complementeren. De Marketing Growth Manager rapporteert direct aan Chief Commercial Officer Jeroen Hubert.

” *We weten precies waar we met onze nieuwe koers naartoe willen. Je krijgt een stevig marketingbudget en een eigen team om ideeën tot uitvoer te brengen. We groeien hard, die energie is voelbaar in het hele bedrijf. Hier krijg je de vrijheid om snel te schakelen en echt impact te maken.*”

▪ Jeroen Hubert, CCO

Uitgekookt heeft de klanten, het budget en de propositie; de Marketing Growth Manager vertaalt die elementen naar zichtbare groei in acquisitie, frequentie en loyaliteit. Bij de meeste e-commercebedrijven van vergelijkbare schaal is de funnel verdeeld over meerdere specialisten; hier ligt de eindverantwoordelijkheid bij één persoon, in een omgeving waar korte lijnen en vertrouwen de boventoon voeren. Voor een ervaren growth marketeer die wil bouwen aan een merk dat echt ergens voor staat, met de middelen en het mandaat om dat waar te maken, is dit een bijzondere combinatie.





Interesse?

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



TOP OF MINDS
Executive Search