

Vacature bij Classroomscreen

Chief Growth Officer



TOP OF MINDS
Executive Search

In bijna tien jaar groeide het Nederlandse Classroomscreen uit tot wereldspeler in EdTech. Het online whiteboard wordt inmiddels in ruim twee miljoen klaslokalen gebruikt. De ondernemende Chief Growth Officer bouwt de B2C-motor die gebruikers converteert naar betalende abonnees en professionaliseert de B2B-tak richting scholen, en legt daarmee het fundament voor de beoogde omzetverdubbeling.

Kandidaatprofiel

- Vanaf 8 jaar ervaring in commercieel verantwoordelijke posities
- Met het opbouwen en schalen van een commerciële strategie
- In een digitale, productgedreven SaaS-omgeving
- Track record in B2C- en B2B-sales
- Leidinggevende ervaring
- Ondernemende hands-on mentaliteit
- Achtergrond in een internationale setting

 **Bunnik**

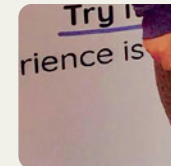
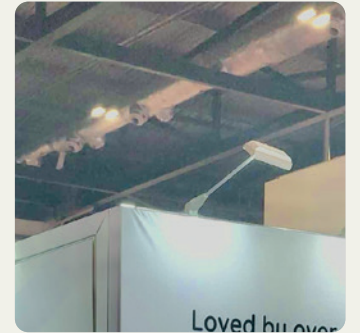


Over Classroomscreen

Classroomscreen ontstond in een Nederlands klaslokaal. Docent Laurens Koppers zag dat zijn leerlingen geconcentreerder werkten wanneer voor hen duidelijk was wat er werd verwacht, en ontwikkelde daarvoor een eenvoudige webtoepassing met een tekstvak, werksymbolen en een timer. Al snel wilden collega-docenten de tool ook gebruiken. Toen buurman Sebastiaan de Vries, gespecialiseerd in veilige webapplicaties, zich bij hem voegde, was Classroomscreen een feit.

Vandaag is Classroomscreen het online whiteboard dat wereldwijd leerlingen bij de les houdt. Met widgets als een timer, een groepenmaker en interactieve polls brengen docenten hun instructies helder over. De cijfers bewijzen het succes: elke dag maken 450.000 docenten in meer dan 180 landen gebruik van de tool. Amerika is de grootste markt, maar ook in Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Zweden, Canada en Australië heeft Classroomscreen stevig voet aan de grond. Inmiddels zijn ongeveer drieduizend onderwijsorganisaties aangesloten.

Dat succes bouwde het bedrijf volledig op eigen kracht, zonder externe investeerders en met genoeg gezonde groei om investeringen zelf te financieren. Het hechte team van veertien medewerkers werkt vanuit het kantoor in Bunnik in een informele cultuur waarin integriteit, kwaliteit en zorgvuldigheid vooropstaan. Net als ondernemerschap. Mensen nemen initiatief, denken buiten gebaande paden – en durven die paden ook te bewandelen – terwijl ze altijd het grotere plaatje blijven zien. Die ondernemende, gedreven cultuur is onlosmakelijk verbonden met de missie: docenten ondersteunen op de momenten die ertoe doen. Om die missie nog beter waar te kunnen maken, professionaliseert Classroomscreen de commerciële kant van de organisatie en trekt het bedrijf voor het eerst een Chief Growth Officer aan.





Vacature

Chief Growth Officer

Tot nu toe is de groei van Classroomscreen vrijwel volledig organisch en inbound verlopen, zonder volledig uitgewerkte commerciële strategie. Juist daar ligt de opdracht: bepalen welke markten, welke doelgroepen en welke kanalen de komende jaren leidend zijn, en daar een digitale go-to-market-strategie omheen bouwen die van plan tot executie loopt.

Het zwaartepunt ligt op de B2C-motor, waarin gratis gebruikers de stap naar een abonnement zetten en tevreden docenten nieuwe gebruikers aandragen. Daarnaast wordt de B2B-tak richting scholen en districten verder geprofessionaliseerd. De ambitie is om de omzet de komende jaren te verdubbelen, niet door simpelweg meer mensen of budget in te zetten, maar met slimme, schaalbare keuzes die het vliegwieleffect versterken.

De nieuwe Chief Growth Officer krijgt daarin veel ruimte. Samen met de oprichters wordt de koers bepaald, waarna de uitvoering in eigen hand ligt. Deze commerciële leider ontwikkelt een overkoepelende strategie waarin marketing en sales samenkomen, met duidelijke plannen op het gebied van pricing en retentie. Daar komt de internationale dimensie bij, want met een wereldwijde gebruikersbasis draait veel om de vraag waar nieuwe groei gerealiseerd kan worden. Om de ambities te verwezenlijken, bouwt de Chief Growth Officer een compact, gedreven commercieel team.

Classroomscreen gaat een geweldige toekomst tegemoet, met een product dat zichzelf al bewezen heeft en een vraag vanuit de markt die blijft toenemen. Met de juiste commerciële structuren en processen kunnen alle groeikansen verzilverd worden. De Chief Growth Officer krijgt van de oprichters de ruimte en het vertrouwen om die organisatie te bouwen, met de vrijheid om ondernemend en creatief te werk te gaan.

“ *Met een goed product kun je ontzettend ver komen, dat weten we inmiddels. Een scherpe commerciële strategie gaat de groei een volgende impuls geven.*”

▪ Laurens Koppers, Founder en CEO

Niet veel commerciële leiders starten met zo'n vertrekpunt: een bewezen product, gebruikers over de hele wereld en het mandaat om de commerciële organisatie neer te zetten die de groei in een stroomversnelling brengt. Strategie, structuur en team mogen naar eigen inzicht van plan tot uitvoering worden vormgegeven. De resultaten zijn zichtbaar en doen ertoe: niet alleen in meer betalende abonnees en meer aangesloten landen, maar vooral in al die klaslokalen waar het onderwijs significant beter wordt.





Interesse?

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



TOP OF MINDS
Executive Search