

Vacature bij Intersnack

Marketing Director



Intersnack



TOP OF MINDS
Executive Search

Intersnack Group is een van de grootste snackproducenten van Europa. Het bedrijf staat aan de vooravond van een nieuwe groeifase, waarin het nog steviger inzet op de combinatie van private label en merkbouw. Met vier merken, een sterk team en een stevig budget gaat de nieuwe Marketing Director de nieuwe strategie vormgeven.

Kandidaatprofiel

- Minimaal 10 jaar marketingervaring
- Achtergrond in FMCG (food of near-food)
- Bewezen track record in merkbouw en innovatie
- Aantoonbare ervaring in het winnen van marktaandeel
- Ervaring in het aansturen van marketingteams
- Strategisch sterk
- Ondernemend

📍 Doetinchem



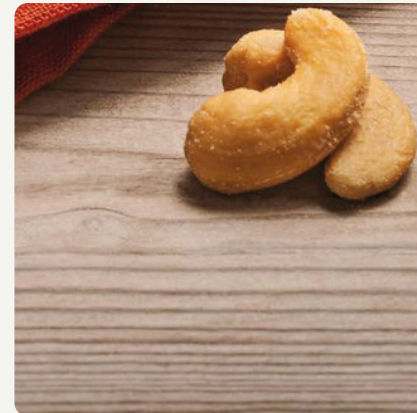
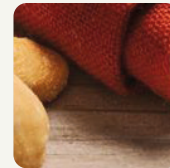
Over Intersnack

Elke dag genieten meer dan vijftien miljoen consumenten over de hele wereld van de snacks van Intersnack. Van knapperige popcorn, snacks en pindakaas, tot smaakvolle noten: het gaat Intersnack om het creëren van ‘small moments of happiness’. Vandaag de dag produceert en distribueert het bedrijf snacks in meer dan twintig landen, met bekende merken als POM-BÄR, Chio, Tyrrells en het recent overgenomen Whole Earth.

Intersnack Group telt ruim vijftienduizend medewerkers en meer dan veertig productielocaties wereldwijd. Waar veel internationale FMCG-bedrijven centraal aansturen, kiest Intersnack bewust voor decentrale slagkracht. Elke landorganisatie functioneert als autonome management unit met een eigen P&L en de vrijheid om te ondernemen. Het family-owned model biedt een langetermijnkoers zonder kwartaaldruk, maar met een heldere performance-verwachting. Die combinatie van internationale schaal en lokaal ondernemerschap maakt de groep zeer aantrekkelijk voor professionals die willen bouwen. En een bouwopdracht ligt er: de komende tijd wil Intersnack Group de omzet verdubbelen, zowel via overnames als organische merkgroei.

Intersnack Nederland

Vanuit Doetinchem bedient de Nederlandse organisatie diverse toonaangevende retailpartners. Negentig procent daarvan is private label, tien procent merken. Die verhouding maakt Nederland een bijzondere entiteit: de stabiele cashflow biedt ruimte om bovengemiddeld te investeren in merkgroei, in een ambitieuze cultuur die nuchter, pragmatisch en niet-hiërarchisch is.





Vacature

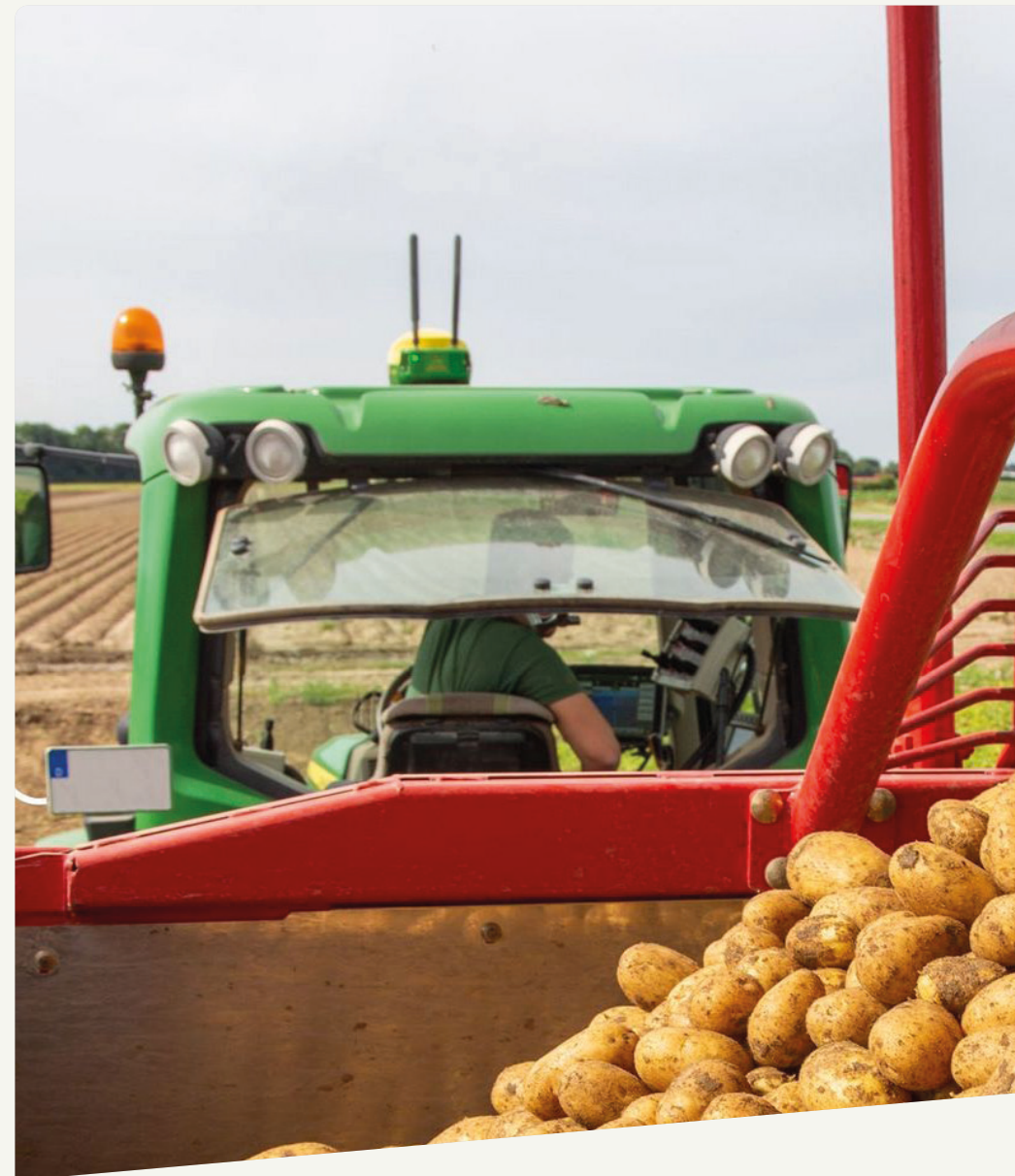
Marketing Director

Om meer focus te leggen op merkbouw heeft Intersnack een strategische herstructurering doorgevoerd binnen de commerciële organisatie. Hieruit is de functie van Marketing Director ontstaan, met een volledig eigen mandaat over de marketingorganisatie.

Aan die keuze ligt een duidelijke ambitie ten grondslag: duurzame groei realiseren door het merkenportefeuille verder te versterken. De Marketing Director is daarbij verantwoordelijk voor de verdere ontwikkeling van het merkenportfolio in Nederland en België, met oog voor de verschillende markt- en klantdynamieken. Met merken als POM-BÄR, Chio, Tyrrells, Heartbreakers en Whole Earth beschikt Intersnack over een sterke basis en aantrekkelijke groeikansen binnen verschillende categorieën en consumentensegmenten. Elk merk kent een eigen dynamiek, doelgroep en groeikansen, en daar speelt de Marketing Director met een gerichte aanpak effectief op in. Per merk ontwikkelt zij/hij een strategie, stuurt innovatie en portfolio-ontwikkeling aan en versterkt zo de marktpositie van elk merk. Ook vervult deze persoon een belangrijke rol in het verder versterken van consument- en marktgericht denken in de organisatie en het verbinden van marketing, sales en andere commerciële disciplines rondom gezamenlijke doelstellingen.

De Marketing Director geeft leiding aan het marketingteam en speelt een belangrijke rol in de verdere ontwikkeling van de marketingorganisatie, waaronder brand management en innovatie/NPD. De Marketing Director maakt deel uit van het Commercial Leadership Team, waarin marketing, sales en andere commerciële disciplines gezamenlijk verantwoordelijkheid dragen voor het commerciële resultaat van het merkenportfolio. Internationaal werkt de Marketing Director nauw samen met de nieuwe CMO en Group Marketing Director (beiden afkomstig van toonaangevende A-merk FMCG-bedrijven) – een bewuste investering van de groep in marketingexpertise op het hoogste niveau.

Voor een ervaren marketingprofessional die klaar is om de regie te nemen over een nieuwe merkstrategie, biedt deze rol een zeldzame combinatie van vrijheid en mandaat. Intersnack Nederland heeft de ambitie, de middelen en de investeringsbereidheid van een sterke groep in de rug. Wie energie haalt uit bouwen en een challenger-positie wil omzetten in ijzersterke merken, vindt bij Intersnack het ideale speelveld om dat waar te maken.





Interesse?

Intersnack 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