

Vacature bij Seepje

CEO

seepje



TOP OF MINDS
Executive Search

Schoon voor de gebruiker, goed voor de wereld: met deze belofte voert Seepje de verduurzaming van de zeepcategorie aan. Het merk is aangescherpt, er staat een goed team en er ligt een duidelijk plan om op te schalen naar een omzet van vijftientig miljoen euro. De oprichters zetten een stap opzij om samen met de nieuwe CEO deze groei te bewerkstelligen.

Kandidaatprofiel

- Ervaring als (commercieel) eindverantwoordelijke voor een A-merk binnen consumentengoederen
- Missiegedreven
- Stevige salesachtergrond met een diepgaand netwerk binnen de Nederlandse retail
- Trackrecord in het schalen en professionaliseren van een ondernemende organisatie
- People manager en teambouwer
- Aanjager, gebrand op groei en hands-on

📍 Den Haag

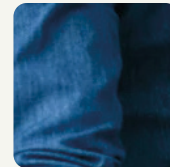


Over Seepje

Ruim dertien jaar geleden zagen oprichters Melvin Loggies en Jasper Gabriëlse op televisie hoe in Nepal werd gewassen met de schil van een vrucht, terwijl wij hier aardolie, microplastics en synthetische stoffen gebruiken. Met hun studiefinanciering begonnen ze de eerste schillen te importeren. Inmiddels is Seepje uitgegroeid tot een merk dat was- en schoonmaakmiddelen maakt die voor bijna honderd procent uit natuurlijke ingrediënten bestaan, verkrijgbaar bij duizenden verkooppunten in Nederland en België, van Albert Heijn en Jumbo tot Kruidvat.

De missie is een schone zeepwereld: gezonder voor de gebruiker, beter voor het milieu en eerlijker voor iedereen in de keten. Bij Seepje gaan impact en commercieel resultaat hand in hand: door voorop te lopen met de schoonste zeep ontstaat waarde voor de consument, de klant en de wereld. Waar veel merken groei belangrijker vinden dan duurzaamheid, kiest Seepje de omgekeerde weg, en juist dat eigenzinnige heeft het merk onderscheidend gemaakt: van het openbaar delen van de receptuur tot het steunen van de lokale gemeenschap in Nepal. Niet voor niets kiezen consumenten Seepje jaar op jaar tot een van de meest inspirerende merken van het land.

De afgelopen jaren maakte Seepje een reeks scherpe keuzes: een reorganisatie, een generationaliseerd assortiment, het terugtrekken uit Duitsland en het stoppen met grote advertentie-investeringen. Terug naar de kern, om van daaruit weer te kunnen bouwen. Tegelijk werd de positionering aangescherpt, van duurzaamheid naar gezondheid: schone zeep doet je goed. Die keuzes werpen hun vruchten af. De groei is terug in de retail, er staat een goed en hecht team, en het bedrijf is klaar voor de volgende fase.





Vacature

CEO

De ambitie is helder: Seepje wil in vijf jaar groeien naar een omzet van vijftientig miljoen euro en de nummer 1 worden in schone zeep. De bouwstenen liggen er, met een sterk merk, een scherpe positionering, een loyale klantenkring en een goed team. Er ligt bovendien een doordachte strategische basis. Wat de organisatie nu nodig heeft, is een CEO die daarin de juiste keuzes maakt en focus aanbrengt. Iemand die structuur, cadans en discipline aanbrengt en de integrale P&L-verantwoordelijkheid draagt.

Dat plan draait om één overtuiging: loop voorop met de schoonste zeep. Vanuit die positie vergroot het merk de bewustwording en daarmee het aandeel schone zeep in de kerncategorieën. Hieruit ontstaat waardegroei voor de klant, de consument en de wereld.

Vertaald naar de praktijk laat die koers zich vatten in een aantal pijlers. De grootste groei zit in het bereiken van meer huishoudens, gedreven door de herpositionering naar gezondheid: voor veel meer mensen is dat een reden om te kopen dan duurzaamheid. Dat begint bij de bestaande key-accounts, waar de relaties verder verdiept worden: de penetratie verhogen en de share of wallet vergroten. Daarnaast vraagt het om innoveren in de kerncategorieën en om het consistent overbrengen van de merkessentie: zeep zonder troep. Tot slot is een toekomstbestendige basis onmisbaar, met een robuuste supply chain en scherpe quality assurance. Wanneer die basis steviger staat, komen nieuwe categorieën en markten binnen bereik.

Bij die uitvoering staat de CEO aan het hoofd van een organisatie van zo'n zestien mensen. De directie bestaat uit de CEO en de twee oprichters, die actief betrokken blijven en het CEO-schap overdragen. Melvin Loggies neemt als CFOO finance, supply chain, operations en R&D voor zijn rekening. Jasper Gabriëlse houdt een ondernemende, creatieve rol, gericht op de groei van Seepje op korte en lange termijn en op koers naar een schone zeepwereld, als aanjager van de missie en gezicht van het merk. Sales en marketing stuurt de CEO rechtstreeks aan. Die rollen zijn bewust afgebakend en op papier vastgelegd, met de CEO als eindverantwoordelijke die het mandaat draagt.

Seepje is klaar voor de volgende groeifase, en zoekt iemand die missie en commercie hand in hand laat gaan. Een leider die processen en structuur implementeert, zonder de groei en het ondernemerschap uit het oog te verliezen. Precies dat maakt deze rol bijzonder: het fundament staat, en er valt nog een wereld te winnen. Voor wie een commercieel bedrijf naar een hoger niveau heeft gebracht en toe is aan volledige eindverantwoordelijkheid, is dit de kans om samen met twee gedreven oprichters te bouwen aan een merk dat de zeepwereld schoner maakt.

” Na dertien jaar weet ik precies waar onze kracht ligt, en ook waar we die van iemand anders nodig hebben. Daarom zet ik bewust een stap terug en leg ik het mandaat bij de nieuwe CEO. Iemand met de ervaring om Seepje naar de volgende fase te leiden, terwijl wij als oprichters doen waar we het sterkst in zijn.”

▪ Jasper Gabriëlse, medeoprichter





De cultuur van Seepje is warm en gedreven, gebouwd op de kernwaarden verantwoordelijk, verfrissend, open en eerlijk, en ondernemend. De afgelopen jaren is er veel aandacht gestoken in het bouwen aan een hecht en winnend team, met vertrouwen en betrokkenheid als fundament. Aan de CEO om die cultuur te bewaken en te voeden, en tegelijk te sturen op focus, ambitie en accountability. Dit alles in een team dat zijn motto hooghoudt: veel wasplezier.

Voor Seepje is dit het moment om door te pakken, en dat vraagt om iemand die missie en commercie hand in hand laat gaan. Een leider die structuur en professionaliteit brengt, zonder de groei en het ondernemerschap uit het oog te verliezen. Precies dat maakt deze rol bijzonder: er ligt een scherpe strategie, een merk met bewezen kracht en een team dat na een reeks moedige keuzes weer groeit. Wie eerder een commercieel bedrijf naar een hoger niveau bracht, krijgt hier de kans om samen met twee betrokken oprichters te bouwen aan de nummer 1 in schone zeep, en aan een merk dat de wereld schoner maakt.



Interesse?

Seepje werkt voor de invulling van deze vacature samen met Top of Minds. Neem contact op met Janko Klaijsen of Marc Mohr om te laten weten dat je interesse hebt.

janko.klaijsen@topofminds.com | marc.mohr@topofminds.com



TOP OF MINDS
Executive Search