

Vacature bij VriendenLoterij

Acquisitie & Marketing Lead

**VRIENDEN
LOTERIJ**



TOP OF MINDS
Executive Search

Bij de VriendenLoterij, een van de grootste direct adverteerders van Nederland, gaat ruim veertig procent van elke lotprijs naar goede doelen die deelnemers zelf kunnen kiezen. Deze tastbare impact wordt mede mogelijk gemaakt door een omvangrijke, landelijk zichtbare marketingoperatie. De Acquisitie & Marketing Lead stuurt het campagneteam aan en is de strategische rechterhand van het Hoofd Marketing.

Kandidaatprofiel

- Vanaf 8 jaar ervaring in marketing bij een of meerdere toonaangevende performancegedreven of D2C organisaties
- Track record in offline marketingkanalen zoals outdoor, tv, radio en direct mail
- Ervaring met het opzetten van omnichannel campagnes
- Comfortabel in gesprekken over attributie, forecasting, marketing mix modelling en experimentatie
- Ervaring met het opzetten en uitvoeren van jaarplannen, budgetten (> 10 miljoen euro) en strategische projecten
- Sterke leider en stakeholdermanager, gewend om disciplines te verbinden en bureaus aan te sturen

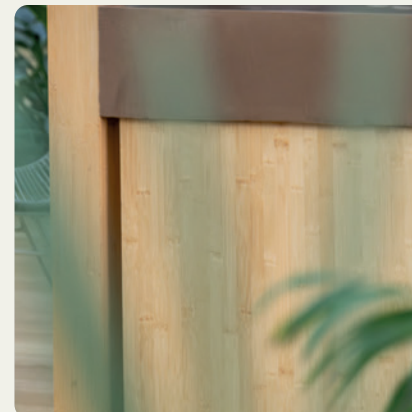
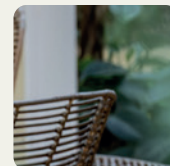
 **Amsterdam**



Over VriendenLoterij

Met meer dan 250.000 (geld)prijzen per maand valt er bij de VriendenLoterij altijd iets te vieren. Elk uur hoort iemand dat zij/hij duizend euro gewonnen heeft, aan het eind van de dag hoort iemand anders dat er tienduizend euro gewonnen is, en aan het eind van elke week wordt een winnaar van honderdduizend euro bekendgemaakt. Als kers op de taart gaat er elke maand iemand met maar liefst een miljoen euro vandoor. Niet verwonderlijk dat ruim 1,3 miljoen Nederlanders een of meerdere loten hebben.

Naast financieel gewin speelt voor de VriendenLoterij een minstens zo belangrijke maatschappelijke missie mee: de wereld mooier en plezieriger maken door zich in te zetten voor cultuur, sport en welzijn. Een aanzienlijk deel van het prijzengeld gaat naar goede doelen. Welk doel dat is, kan de deelnemer zelf bepalen. Zo haalde de loterij vorig jaar meer dan 160 miljoen euro op voor honderden musea, sport- en gezondheidsfondsen, en ruim 3.500 (sport)clubs en verenigingen. Daarmee is de VriendenLoterij een van de grootste private financiers van cultuur in Nederland.





Vacature

Acquisitie & Marketing Lead

De VriendenLoterij behoort tot de grootste direct adverteerders van ons land. Vrijwel alle nieuwe deelnemers werft de organisatie via marketing, en zij schrijven zich vervolgens volledig digitaal in. Marketing is daarmee de primaire commerciële motor van de VriendenLoterij, en die positie wordt de komende jaren verder uitgebouwd met forse investeringen in advanced analytics, forecasting, AI en marketing mix modelling. In dit speelveld vervult de Acquisitie & Marketing Lead een dubbelrol: als leidinggevende van het campagneteam én strategische rechterhand van het Hoofd Marketing, Charlotte Regout.

Te beginnen met het aansturen van het campagneteam (vijf fte), dat gericht is op het opzetten en uitrollen van aantrekkelijke omnichannelcampagnes over alle kanalen heen. Jaarlijks worden er tien tot twaalf campagnes gevoerd, van grote, crossmediale campagnes die tegelijk op televisie, outdoor en online zichtbaar zijn tot kleinere, online- of DM-only activiteiten om te testen wat bij welke doelgroep aanslaat. Elk concept wordt samen met het eigen team, het in-house creatieve team en externe bureaus uitgedacht, en vervolgens in samenwerking met de verschillende teams over alle kanalen uitgerold. Vooral met team E-mail en team Online is de samenwerking nauw, altijd vanuit een gedeelde focus op performance. Welk kanaal levert de beste conversie? Waar valt op te schalen, en waar moeten we juist afbouwen? Op die vragen stuurt deze rol, met data als leidraad, oog voor de volle breedte van de funnel – van merkbekendheid tot conversie- en een stevig campagnebudget achter de hand.

Het team van de Acquisitie & Marketing Lead is verantwoordelijk voor de executie van de campagnes over een aantal grote kanalen: direct mail, insert, outdoor, radio en televisie. Ook hier zoekt de rol proactief de samenwerking met bureaus op, en weet hoe een merk het best in de markt gezet wordt om commercieel optimaal te renderen. De VriendenLoterij beschikt al over geavanceerde analytics. Door die data te vertalen naar scherpere keuzes in budget en kanaalinzet, weet de Acquisitie & Marketing Lead daar het maximale uit te halen.

Even belangrijk is de tweede kant van de dubbelrol: strategische rechterhand van het Hoofd Marketing, aan wie de functie direct rapporteert. Vanuit die hoedanigheid is de Acquisitie & Marketing Lead betrokken bij het opstellen van jaarplannen en budgetten en trekt uiteenlopende projecten, waaronder de commerciële kalender. Zij/ hij onderzoekt en onderbouwt voortdurend strategische keuzes om de marketingmix te optimaliseren en te innoveren. In deze rol komen acquisitie, performance en commerciële prioritering samen onder één regie.

” *Het mooie van deze rol is de breedte ervan. Je draait aan alle knoppen van de marketingmix om een campagne te laten samenkomen. Voor mij ben je een waardevolle strategische sparringpartner en een belangrijke go-to person voor alle teams.*”

▪ Charlotte Regout, Hoofd Marketing

Deze rol biedt een ambitieuze performance marketing expert met leidinggevende ervaring de ruimte om die verder te ontwikkelen, en tegelijk strategisch betrokken te zijn bij de marketingorganisatie van de VriendenLoterij, en zo invloed te hebben op campagnes waar mens én maatschappij bij winnen.





Interesse?

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



TOP OF MINDS
Executive Search