

Vacature bij de Postcode Loterij

Teamlead Online



TOP OF MINDS
Executive Search

Ruim drie miljoen Nederlanders spelen mee in de Postcode Loterij. Ongeveer eenderde van alle nieuwe abonnementen komt binnen via het online kanaal, wat het een van de belangrijkste aanjagers van commerciële groei maakt. Het is ook het domein waar spelregels het snelst veranderen. De Teamlead Online haalt het maximale uit acquisitie en conversie over de volle breedte van de kanalen.

Kandidaatprofiel

- Vanaf 8 jaar ervaring in online performance marketing
- Eerder leiding gegeven aan een multidisciplinair marketingteam
- Achtergrond bij een groot consumentenmerk of in een abonnements- of D2C-model
- Analytisch
- Gevoel voor waardecreatie
- Focus op groei

 **Amsterdam**

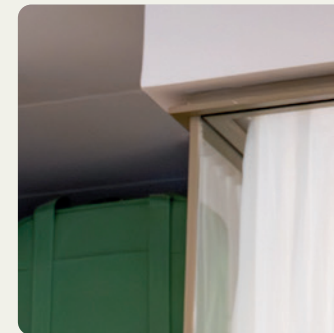


Over de Postcode Loterij

Sinds de oprichting in 1989 heeft voor de Postcode Loterij één doel altijd centraal gestaan: zoveel mogelijk geld ophalen voor een betere wereld. Minimaal veertig procent van elke lotprijs gaat naar goede doelen. Achter dat maatschappelijke doel schuilt een door en door commerciële organisatie. Elke procent telt hier immers dubbel: meer omzet betekent direct meer opbrengst voor de goede doelen. Zo haalde de organisatie in 2025 ruim 378 miljoen euro op voor 174 goede doelen die zich inzetten voor mens en natuur.

Samen met de VriendenLoterij vormt de organisatie in Nederland de Goede Doelen Loterijen, onderdeel van de internationale Postcode Lottery Group, waar in vijf landen in totaal zo'n 1.500 mensen werken. Op het kantoor in de Amsterdamse Beethovenstraat werken zeshonderd collega's elke dag aan het succes en verdere groei van de organisatie. De cultuur is ondernemend, lijnen zijn kort en medewerkers voelen zich betrokken bij de missie.

Om die maatschappelijke missie waar te maken, moet commercieel op het scherpst van de snede gepresteerd worden. Dat maakt de Postcode Loterij een uiterst performance-driven bedrijf, waarin resultaat continu wordt gemeten en bijgestuurd, om het vervolgens te overtreffen. De lat ligt elk jaar, elke dag hoger dan ervoor.





Vacature

Teamlead Online

De online wereld verschuift continu, maar de Postcode Loterij wacht die verschuiving niet af. De organisatie bouwt zelf predictive modellen om acquisitie en conversie te sturen, en zoekt voortdurend naar de samenhang tussen online en offline kanalen om daar extra rendement uit te halen. De Teamlead Online geeft mede vorm aan die koploperspositie, door nieuwe kanalen aan te boren en de huidige te optimaliseren.

Die opdracht past in de bredere doelstelling van de Teamlead: het maximale halen uit acquisitie en conversie, over de volle breedte van de online kanalen, met scherpe sturing op CPA, ROI, traffic en conversieratio. Die sturing krijgt vorm in het acquisitie- en mediajaarplan en het online-budget, inclusief de keuze wat intern gebeurt en wat bij het mediabureau wordt belegd. De Teamlead houdt dit bureau, net als andere externe partners, scherp op rendement. Data is leidend, maar de Teamlead verliest het merk niet uit het oog. Zij/hij snapt dat investeringen in merkbekendheid en awareness bijdragen aan meer leads en conversie, en begrijpt daarom hoe belangrijk het is om het merk in elke uiting zorgvuldig te bewaken.

Minstens zo belangrijk als cijfers en rendement is het team. Dat bestaat uit vijf online marketeers en een CRO-marketeer. Er wordt campagnegericht gewerkt, ingericht rond de vijf grote campagnes die de Postcode Loterij elk jaar draait, met de PostcodeKanjier als vast hoogtepunt. De Teamlead daagt hun keuzes uit en coacht ze in hun verdere ontwikkeling. Tegelijkertijd creëert zij/hij draagvlak bij de andere marketingdisciplines voor de online koers. Rapporteren doet de Teamlead rechtstreeks aan het Hoofd Marketing, Geert Friebe.

” *Het record van vandaag is de ondergrens van morgen. Als je er energie van krijgt om elke dag het beste uit jezelf én je team te halen, kom je in deze organisatie volledig tot je recht.*

▪ Geert Friebe, Hoofd Marketing

De rol biedt een bijzondere combinatie van commerciële snelheid en zichtbare maatschappelijke impact. Groei in deze organisatie is veel meer dan een target op zich. Voor een leider die wil winnen én wil dat geboekte resultaten betekenis en waarde hebben voor de samenleving, is dit de rol waar beide samenkomen.





Interesse?

De Postcode Loterij 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