KonSankleur

**Profielschets**

**Brand Manager**

 **** 

**Over Koninklijke Sanders**

Koninklijke Sanders is een van de grootste Europese producenten en een vooraanstaand leverancier van persoonlijke verzorgingsproducten, waaronder geuren, shampoos, deodorant en lotions. Het bedrijf is in 1851 gestart door apotheker Nicolaas Sanders, die medische-, huishoud- en scheerzeep ging produceren in Leiden. Koning Willem III merkt Nicolaas’ bijdrage aan het welzijn en de gezondheid van mensen al snel op en maakt hem hofleverancier. Dit eervolle predicaat zorgt voor extra groei en is het startpunt voor een succesvolle onderneming met inmiddels zo’n 680 medewerkers.

Sinds investeringsmaatschappij 3i Group betrokken is bij de organisatie, is sprake van snelle groei, mede door (internationale) acquisities en organische uitbreiding van het product- en klantportfolio. De strategische prioriteiten zijn gericht op duurzaamheid, verdere wereldwijde groei en het verbeteren van de financiële prestaties op de lange termijn. Momenteel worden kansen in onder meer Duitsland, de UK en België verzilverd. De kernactiviteiten richten zich op het grootschalig ontwikkelen van private labelassortiment voor bekende food- en drugklanten in binnen- en buitenland. Koninklijke Sanders is al jaren de producent en (mede)ontwikkelaar van vooraanstaande merken zoals Rituals en Naïf. Ook heeft Royal Sanders een aantal eigen merken zoals Van Gils, Odorex, Fresh-Up, ProSet, Melkmeisje en Sanicur, die zich vooral richten op de Benelux en Scandinavische markt.

Het hoofdkantoor met productiefaciliteit en laboratorium ligt in het Brabantse Vlijmen. Naast deze locatie in Nederland zijn er productiefaciliteiten in meerdere Europese landen en dit aantal neemt nog steeds toe. Hierdoor kan Koninklijke Sanders zeer snel inspelen op marktontwikkelingen en nieuwe vragen van klanten. Zij kunnen er bovendien altijd op vertrouwen dat de producten voldoen aan alle laatste internationale technische- en kwaliteitseisen voor verzorgingsproducten. Het verduurzamen van het portfolio is een van de key focuspunten bij het innoveren en ontwikkelen van concepten en producten.

Koninklijke Sanders zit in een gezonde groeifase en de basisprincipes van de organisatie zijn eigenlijk nooit veranderd. Er wordt continu gewerkt aan het verbeteren van de bestaande producten en met innovatieve ideeën wordt op maat ingespeeld op de unieke behoeften van hun klanten. De locatie in Vlijmen heeft 40 afvullijnen en 3 verschillende productieafdelingen. Ondanks de afgelopen covid-periode is de markt exponentieel gegroeid.

Koninklijke Sanders is een platte, hands-on organisatie waar veel verantwoordelijkheid wordt gegeven en er intern nauw wordt samengewerkt. Aangezien de productie er centraal staat, zijn de werktijden van het voltallige personeel hieraan geconformeerd. De werkdag begint in principe om 8 uur en eindigt om 16.45 uur, waardoor een uitstekende werk-privébalans gewaarborgd is. Het bedrijf voelt zich betrokken bij zijn medewerkers en biedt ruime mogelijkheden voor hun verdere ontwikkeling.

**Organogram van het team**

**Wat je doet**

Als Brand Manager ga jij aan de slag met alle marketingactiviteiten voor een aantal A-merken van Koninklijke Sanders. Naast de branding en positionering van deze A-merken, vertaal je de merkstrategie voor de brands in een gelaagd marketingplan, dat perfect aansluit bij de markt- en klantbehoefte(n). Jij denkt mee over de categorie en gaat mee naar de retailer wanneer nieuwe producten gepresenteerd worden. Jij krijgt de vrijheid om mee te denken over mogelijkheden voor NPD en innovatie om jouw merken naar een nog hoger niveau te tillen.

Koninklijke Sanders zoekt een gedreven en ondernemende Brand Manager die van aanpakken houdt en ownership neemt over de merken. Jij zorgt voor het realiseren van de gestelde doelen op het gebied van omzet, marktpositie, branding en klanttevredenheid en werkt daarvoor nauw samen met alle relevante stakeholders. Als verantwoordelijke voor de groei van de merken creëer jij intern de benodigde synergie om een succes te maken van de marketingplannen en weet je te inspireren en adviseren. Jij meet de resultaten van je inspanningen, evalueert projecten en stuurt bij waar nodig. Jij bent nieuwsgierig aangelegd en neemt de vrijheid om creatief mee te denken over de merken. Het is belangrijk dat je goede projectmanagement skills hebt en liefst ook al enige ervaring met brand management.

De Brand Manager is onderdeel van de afdeling Brands en rapporteert aan Head of Brands Jessy van Gils. Deze manager kent de merken door en door en heeft deze jarenlang helpen opbouwen. Zij investeert graag in haar team door haar kennis van de merken te delen. Zo word je goed begeleid om jezelf te ontwikkelen. Als zij voelt dat jij je verantwoordelijkheid neemt, kun je volop taken naar je toe te trekken en krijg je ruimte om deze naar eigen inzicht uit te voeren. In het team zitten nog 2 andere Brand Managers. Je hebt ook veel contact met sales, inkoop, planning en R&D.

**Wat de organisatie biedt**

* Een brede brandmanagement rol met zelfstandige verantwoordelijkheid voor meerdere A-merken
* Meedenken over NPD en (duurzame) innovaties, merkstrategie en positionering
* Werken bij een vooraanstaande en snelgroeiende, internationale speler in personal care met zowel A-merken, private label en co-manufacturing
* Hechte samenwerking met professionele, hands-on collega’s, waar resultaten echt samen worden behaald
* Een werkplek dicht op R&D en de productiefaciliteit met een goede werk-privébalans
* Fulltime positie met doorgroeimogelijkheden, 32 uur bespreekbaar

**Wie jij bent**

* 2+ jaar relevante commerciële werkervaring, ervaring in brand management en NPD is een plus
* Uitstekende projectmanagement skills, kan snel schakelen
* Goed met data en social media
* Creatief, strategisch en een winnaarsmentaliteit
* Goede communicatieve en sociale vaardigheden, teamplayer
* Affiniteit met personal care/cosmetica en volgt trends en marktontwikkelingen
* Ondernemend, gedreven, zelfstandig, verantwoordelijk, aanpakker, proactief, hands-on, pragmatisch, nieuwsgierig
* Goede beheersing Nederlands en Engels

**Ideale match voor**

* Een kandidaat die graag proactief taken naar zich toetrekt en merken professioneel en duurzaam wil laten groeien
* Een verantwoordelijke en zelfstandige kandidaat die goed overzicht kan houden en stakeholders verbindt

**Competenties**

Naast vakinhoudelijke kennis en ervaring spelen ook persoonlijke kwaliteiten een rol. De belangrijkste competenties voor de kandidaat in deze functie zijn:

\* Ondernemerschap en commercieel denken

Signaleert proactief kansen in de markt en weegt kansen voor zowel bestaande als nieuwe producten/diensten af. Speelt op pragmatische wijze in op de kansen in de markt. Is gedreven om commercieel resultaat te behalen. Beheerst kosten en denkt in termen van winst, verlies en toegevoegde waarde.

\* Markt- en klantgerichtheid

Onderzoekt wensen en behoeften van de klant en de markt en handelt hiernaar. Volgt ontwikkelingen over consumenten en trends in de markt. Vindt service en klanttevredenheid belangrijk. Kan zich inleven in doelgroepen.

\* Overtuigingskracht en impact

Beschikt over vaardigheden om anderen te overtuigen van een bepaalde visie en hierover instemming krijgen met de juiste argumenten en methode. Maakt een betrouwbare, positieve en krachtige indruk op anderen.

\* Plannen en organiseren, projectmanagement, voortgangsbewaking

Bepaalt op effectieve wijze doelen en prioriteiten. Geeft tijd, acties en middelen aan om doelen te kunnen bereiken. Overziet, bewaakt en stelt procedures op om de voortgang en realisatie van taken en activiteiten van medewerkers en/of eigen taken te bewaken en zeker te stellen. Bereidt project voor, organiseert en voert uit. Vertaalt algemene voortgang naar concrete doelen en acties. Is in staat alle stakeholders mee te nemen, onder andere inkoop, planning en finance.

\* Eigenaarschap

Voelt verantwoordelijkheid voor de toegewezen taken, het behalen van doelstellingen en het succes van de organisatie.

\* Resultaat- en kwaliteitsgerichtheid

Blijft gericht werken aan het doel ondanks problemen, tegenslag of afleiding. Stelt hoge eisen aan de kwaliteit van producten en diensten en streeft naar verbetering van producten of prestaties.