



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, deodoranten en lotions. Het bedrijf is in 1851 gestart door apotheker Nicolaas Sanders, die medische-, huishoud- en scheerzeep ging produceren in Leiden. Koning Willem III merkte Nicolaas' bijdrage aan het welzijn en de gezondheid van mensen al snel op en maakte hem hofleverancier. Dit eervolle predicaat zorgde voor extra groei en is het startpunt voor een succesvolle onderneming met inmiddels zo'n 680 medewerkers.

Sinds investeringsmaatschappij 3i Group bij de organisatie betrokken is, is er 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 label assortiment 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 het bedrijf een aantal eigen merken zoals Van Gils, Odorex en Sanicur die zich vooral richten op de Benelux en Scandinavische markt en een aantal Engelse merken zoals Soft & Gentle, Inecto en Treaclemoon die zich voornamelijk richten op de Engelse 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.

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 op maat ingespeeld op de unieke behoeften van hun klanten.

Koninklijke Sanders is een platte, hands-on organisatie waar je veel verantwoordelijkheid krijgt en er intern nauw wordt samengewerkt. Aangezien de productie centraal staat, zijn de werktijden van het voltallige personeel hieraan geconformeerd. De werkdag begint om 8:00 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.



WAT JE DOET

Als Brand Manager ben je verantwoordelijk voor het ontwikkelen en uitvoeren van de merkstrategie voor onze Engelse A-merken *Soft & Gentle*, *Provoke*, *Cuticura* en *Inecto*. Naast de branding en positionering van deze A-merken, denk je mee over de categorie, analyseer je markttrends, concurrentie en klantgedrag.

Je werkt nauw samen met de lokale en internationale teams en bent een sleutelfiguur in het coördineren van de diverse projecten van de merken zowel intern als extern. Je krijgt de vrijheid om mee te denken over mogelijkheden voor NPD en innovatie om de 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 te 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 een goede coördinator bent met goede projectmanagement skills en al enige jaren ervaring hebt met brand management.

Als Brand Manager ben je onderdeel van de afdeling Brands en rapporteer je direct aan Director Brands Jessy van Gils. Deze manager kent de merken door en door en heeft ze jarenlang helpen opbouwen. Jessy investeert graag in haar team door haar kennis van de merken te delen. Zo word je goed begeleid om jezelf te ontwikkelen. Als ze merkt dat je de verantwoordelijkheid neemt, kun je volop taken naar je toe te trekken en krijg je de ruimte om deze naar eigen inzicht uit te voeren. Het team bestaat uit 3 Brand Managers voor de Nederlandse markt, een Concept Developer, een Brand & Packaging Designer, 3 Sales Managers en een Sales Assistent. Je staat constant in contact met sales, R&D, inkoop, planning, logistiek en uiteraard met je Engelse collega's.

WAT DE ORGANISATIE BIEDT

- Werken bij een vooraanstaande en snelgroeiende, internationale speler in personal care met zowel A-merken, private label en contract manufacturing.
- Een brede brand management rol met ruimte voor eigen initiatief, creativiteit en ondernemerschap.
- Hechte samenwerking met professionele, hands-on collega's, waar resultaten echt samen worden behaald.
- Een werkplek dicht op R&D en de productiefaciliteit.
- Een gezonde balans tussen werk en privé.
- Fulltime positie met doorgroeimogelijkheden.

ORGANOGRAM VAN HET TEAM IN NEDERLAND



WIE JIJ BENT

- Minimaal 3-5 jaar relevante commerciële werkervaring, ervaring in brand management en NPD.
- Goede coördinator met uitstekende projectmanagement skills.
- Creatief, strategisch, resultaatgericht en een winnaarsmentaliteit.
- Ondernemend, gedreven, zelfstandig, verantwoordelijk, proactief, hands-on, pragmatisch, nieuwsgierig.
- Goede communicatieve en sociale vaardigheden, teamplayer.
- Affiniteit met personal care/cosmetica en volgt trends en marktontwikkelingen.
- 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 deze af voor zowel bestaande als nieuwe producten of diensten. Speelt op pragmatische wijze op deze kansen in. 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 te krijgen met de juiste argumenten en methoden. 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 projecten 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.

