

Vacature bij Oogwereld

Head of Marketing



TOP OF MINDS
Executive Search

The background image shows the interior of an Oogwereld eyewear store. On the left, there are tall black display racks filled with various styles of sunglasses. In the center, a long wooden table is set with a vase of yellow flowers. To the right, there are illuminated wooden shelves displaying a variety of eyeglasses. The store has large windows in the background, letting in natural light, and is decorated with indoor plants and modern lighting fixtures.

Kandidaatprofiel

- Vanaf 10 jaar ervaring
- In retail
- Ondernemend en commercieel
- Merkenbouwer
- Met house of brands-ervaring
- Ervaring met het optimaliseren van de online customer journey

 **Den Bosch**

Oogwereld staat voor kwaliteit, vakmanschap en persoonlijke aandacht. Onder de vleugels van PE-partij AAC Capital maakte de groep kwaliteitsopticiens de afgelopen jaren een reusachtige groei door. Momenteel telt het bedrijf meer dan 120 winkels – and counting. De Head of Marketing positioneert Oogwereld overtuigend in de markt, waarbij zij/hij de kracht van de lokale winkels versterkt door deze te koppelen aan de naam en kwaliteitswaarden van Oogwereld.

Over Oogwereld

Op het gebied van oogzorg geldt Oogwereld als een onbetwiste autoriteit. Sinds de eerste opticiens in 1998 de deuren opende, heeft het merk een snelle groei doorgemaakt. Vandaag de dag telt de Oogwereld Groep ruim 120 winkels. De optiekmarkt wordt inmiddels gedomineerd door grote ketens met lage prijzen. Oogwereld kiest juist voor een andere route en biedt consumenten kwaliteit, vakmanschap en persoonlijke aandacht. Dankzij deze benadering is Oogwereld een sterke speler geworden in het consoliderende segment van zelfstandige opticiens.

Het bleef namelijk niet bij die ene dorpsopticien. In ruim 25 jaar groeide de onderneming uit tot een leidende speler in de Nederlandse en Belgische markt, met respectievelijk negentig en dertig winkels. Eind dit jaar openen ook de eerste vestigingen in Duitsland en Luxemburg. De enorme groei – die ook de komende jaren doorgezet zal worden – wordt mogelijk gemaakt door de steun van PE-partij AAC Capital, die sinds 2018 eigenaar is.

Oogwereld-keurmerk

Alle winkels behouden hun eigen, sterke naam, met daarvoor de naam Oogwereld. Zo kan men in Maassluis terecht bij Oogwereld Pieter Wiercx en in Amsterdam onder meer bij Oogwereld Toff. Het overkoepelende Oogwereld-keurmerk garandeert dat medewerkers experts zijn op het gebied van oogzorg en alleen het beste willen voor de ogen van hun klanten. Deze propositie bekendmaken is een van de uitdagingen voor de Head of Marketing.





Head of Marketing

De markt waarin Oogwereld actief is, is zeer competitief. Het merk onderscheidt zich door zijn hoge kwaliteits- en serviceniveau. De belangrijkste doelgroep is high-involvementklanten die veel waarde hechten aan die dienstverlening en deskundigheid. Deze doelgroep bereiken en naar de winkel trekken is een van de belangrijkste doelstellingen van de Head of Marketing. Dit doet zij/hij door het verhaal van Oogwereld via verschillende kanalen overtuigend over de Bühne te brengen. Daarvoor zet de Head of Marketing als ervaren storyteller in het marketingplan onder meer in op Google Ads en social media, op offline media en op activiteiten en evenementen in de fysieke winkels.

Hoewel het meet- en aankoopproces voornamelijk in de fysieke winkel plaatsvindt, speelt de website met omnichannelfunctionaliteiten in de strategie een belangrijke rol. Het moet voor recurring customers makkelijk en aantrekkelijk zijn om online en offline te combineren voor de optimale dienstverlening. De Head of Marketing stelt vast met welke functionaliteiten de online customerexperience en -journey verder kan worden geoptimaliseerd. Ook in de winkels moet de marketing op orde zijn, onder meer door een mooie winkelinrichting, aansprekende etalages en een uitstekende beleving met lokale evenementen.

Landelijke bekendheid

Een andere belangrijke doelstelling van de Head of Marketing is het verder uitbouwen van het merk en het creëren van landelijke bekendheid. Daartoe ontwikkelt de Head of Marketing een strategie die alle Oogwereld winkels optimaal positioneert en waarin de lokale winkels versterkt worden door ze te koppelen aan de waarden, de kwaliteit en de reputatie van Oogwereld. In de uitgestippelde strategie heeft de Head of Marketing ook oog voor het commerciële aspect.

Onlangs implementeerde Oogwereld een nieuw CRM-systeem dat volop mogelijkheden biedt om klanten nog beter en persoonlijker te bereiken. Daar liggen voor de Head of Marketing veel kansen om dit samen met de nieuw aangestelde Campaign Manager verder te ontginnen en bestaande en nieuwe klanten effectief te converteren.

Het marketingteam bestaat naast de Campaign Manager uit nog vier mensen, waaronder de verantwoordelijke voor lokale marketing, een vormgever, een Junior Brand Manager en een Marketing Manager België. De Head of Marketing werkt veel samen met de verschillende Product Managers, die regelmatig aankloppen voor advies. Op het commerciële vlak fungeert de Head of Marketing als sparringpartner voor de CEO.

“Er is in de markt nog volop ruimte om te groeien. De grootste hoeven we niet te worden, wél de beste. Door beter gebruik van data en on-point communicatie zorgt de Head of Marketing ervoor dat ons merk landelijk bekend wordt.”

Julius Remarque,
CEO

De rol is een mooie kans voor een moderne marketeer die weet hoe een retailbrand of een house of brands effectief gebouwd en geladen wordt. Oogwereld is een ondernemende en dynamische organisatie waarbinnen mensen aangemoedigd worden om ownership te nemen. In deze omgeving voelt de Head of Marketing zich helemaal in haar/zijn element en weet zij/hij Oogwereld overtuigend op de kaart te zetten.





Interesse?

Oogwereld werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds.

Neem contact op met Noor Buttinger via noor.buttinger@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.



TOP OF MINDS
Executive Search