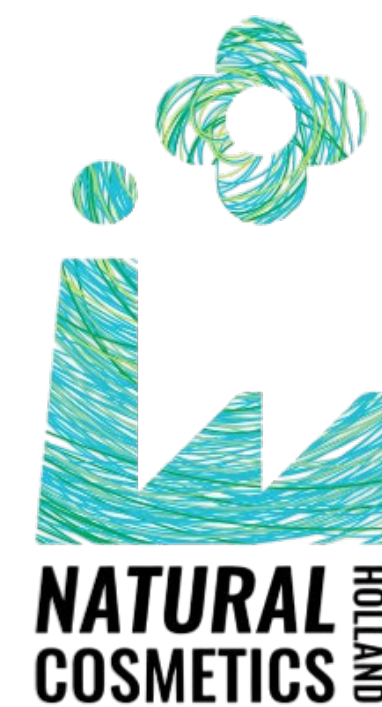




Vacature

Head of Brand & Innovation



Natural Cosmetics Holland, een portfoliobedrijf van Karmijn Kapitaal, maakt via een uitstootvrij productieproces natuurlijke en duurzame cosmeticaproducten. Deze producten komen onder het eigen merk WLTP of onder een van de vele private-labelmerken uiteindelijk terecht bij de consument. De Head of Brand & Innovation waarborgt een succesvol merk en ijzersterke proposities.



Kandidaatprofiel

- Ten minste 5 jaar ervaring
- Met brand management
- En new product development
- Binnen FMCG
- Sterke projectmanager
- Innoverend



Beverwijk



Vanaf 5 jaar werkervaring

Natural Cosmetics Holland

Natural Cosmetics Holland levert solid (watervrije) private-labelproducten aan andere merken, zoals Lekker of Marcel's Green Soap. Daarnaast is er een eigen merk: WLTP (We Love The Planet), verkrijgbaar via de webshop en retailers en gebruikt in horecazaken. Het bedrijf heeft de afgelopen jaren ingezet op duurzaamheid en productinnovatie, waardoor het uitgroeide tot marktleider in duurzame watervrije cosmetica. Geen enkele andere partij beschikt immers over zoveel unieke kennis en ervaring.

Natural Cosmetics Holland heeft als missie het cosmeticschap te verduurzamen. Om de producten te laden vanuit deze missie, is gekozen voor de 'Blue Zones' als inspiratiebron: plekken waar mensen bovengemiddeld lang leven, doordat zij in dichte verbinding staan met de natuur. Het bedrijf, dat eigendom is van Karmijn Kapitaal, kent een buy-and-buildstrategie die geografisch gericht is op Duitsland, Scandinavië en de Benelux en inhoudelijk op customer intimacy, operational excellence en product leadership. Om de laatste pijler, product leadership, waar te maken, werkt de R&D-afdeling voortdurend aan nieuwe productontwikkeling.

Op dit moment zijn verantwoordelijkheden rondom branding, marketing en innovatie op verschillende plekken in de organisatie belegd. Om echt innovatief te zijn en proactief klanten te overtuigen met winnende proposities, zijn de focus en toewijding van een Head of Brand & Innovation onontbeerlijk. ►

Head of Brand & Innovation

De Head of Brand & Innovation wordt de spin in het web als het gaat om het bouwen van het eigen merk en het creëren van overtuigende proposities voor private-labelklanten. Ook zet zij/hij op creatieve en innovatieve wijze de marketingstrategie neer en beheert zij/hij tot slot alle branding en marketing van het eigen merk WLTP. De Head of Brand & Innovation rapporteert aan de CEO en leidt een klein team, dat in de loop der tijd verder kan worden uitgebouwd.

Product development en marketing

De Head of Brand & Innovation wordt verantwoordelijk voor product development. Daarbij werkt zij/hij nauw samen met projectmanagers uit het R&D-team, over wie de Head of Brand & Innovation geen hiërarchische, maar wel een inhoudelijke verantwoordelijkheid heeft. Van het type product en marktpositionering tot verpakkingsmateriaal en look & feel: de Head of Brand & Innovation zorgt dat er een spectrum aan compleet uitgedachte proposities komt dat bestaande en nieuwe klanten volledig kan ontzorgen. ►

Creativiteit en ondernemerschap zijn daarbij cruciaal. Zij/hij zet bijvoorbeeld een geurlab op, waar klanten het proces van dichtbij mee kunnen maken. Of zij/hij ontwerpt een prototype voor een volledige productlijn, inclusief merknaam en verpakkingen van gerecycled materiaal, als suggestie voor een duurzaam huismerk van een drogisterij. Ook neemt zij/hij de leiding over het creëren van de juiste marketing- en communicatiematerialen voor de gehele funnel en alle kanalen – variërend van online tot aan pitchdecks (in samenwerking met Sales). Daarnaast zet zij/hij een onlinestrategie neer voor de marketing en webshop van WLTP (inclusief SEO/SEA) en voor de website van Natural Cosmetics Holland. ►

Inzichtgedreven

De Head of Brand & Innovation werkt data- en inzichtgedreven. Zo zet zij/hij marktonderzoek uit naar doelgroepen en trends, om hierop in te spelen en zo klanten optimaal te bedienen met op maat gemaakte propositities. Daartoe stelt zij/hij een innovatiekalender op met een horizon van enkele jaren. Op deze manier draagt de Head of Brand & Innovation niet alleen bij aan de groene cosmeticamissie van Natural Cosmetics Holland, maar zorgt zij/hij ook dat het bedrijf bekend komt te staan als dé expert en visionair op het gebied van natuurlijke cosmetica.

Belangrijk daarbij is het duidelijk positioneren van de fabriek (en toekomstige nieuwe fabrieken) op basis van een sterk selling story en een goed gekwantificeerde ESG-rapportage. Ook dit wordt een verantwoordelijkheid van de Head of Brand & Innovation. ►



De Head of Brand & Innovation brengt brede kennis en ervaring mee, zowel in product marketing als in brand marketing. Zij/hij leidt meerdere projecten tegelijk en is daarbij in staat het overzicht te bewaren en strategisch naar de markt en de productcategorie te kijken, maar ook om de inhoud in te duiken en de projecten zelf uit te voeren. Zij/hij bewaakt heldere marketing-KPI's en heeft ervaring met het beheren van marketingbudgetten.

In deze functie krijgt een ambitieuze marketingprofessional de kans om een veelbelovend, duurzaam bedrijf overtuigend in de internationale markt te zetten en de omzet te helpen verdrievoudigen.



Interesse?

Natural Cosmetics Holland werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds. Neem contact op met Emily Olij via emily.olij@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.

“We willen een Europees platform worden met meerdere fabrieken, elk met een eigen focus en allemaal vanuit onze duurzame missie. De Head of Brand & Innovation richt zich in eerste instantie op de fabriek in Beverwijk, het merk WLTP en alle bestaande en nieuwe klantproposities, maar op den duur breidt zij/hij het portfolio uiteraard verder uit aan de hand van nieuwe acquisities.”

Marlies van Lohuizen,
CEO