

Vacature bij The Greenery

Business Development Strategie



TOP OF MINDS
Executive Search

Groente-en fruitcoöperatie The Greenery luidt met de nieuwe Strategie30 een volgende fase in, waarin het samen met telers, klanten en medewerkers hard wil groeien. De Business Development Strategieeg bouwt mee aan deze ambitie en draagt hands-on bij aan het uitrollen van de nieuwe strategische koers.

Kandidaatprofiel

- Vanaf 4 jaar ervaring
- In strategy consulting en/of corporate development
- Ervaring met commerciële groeitrajecten en/of bredere value creation-programma's
- Analytisch sterk
- Verbindend en organisatiesensitief
- Hands-on mentaliteit

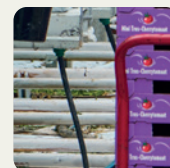
📍 **Barendrecht**



Over The Greenery

The Greenery brengt elke dag verse groente en fruit van eigen telers naar groothandel, foodservice, de verwerkende industrie en supermarkten in binnen- en buitenland, waaronder Jumbo, PLUS en internationaal HelloFresh, Edeka en Tesco. Het bijzondere zit in de eigendomsstructuur: als coöperatie is The Greenery van de 130 aangesloten telers zelf, en draait alles om één doel: hun product zo sterk mogelijk in de markt zetten. Het bedrijf is een van de grotere spelers in de Nederlandse groente- en fruitsector, opgebouwd uit een commerciële, operationele en een ondersteunende tak.

De markt waarin The Greenery opereert is uitdagend en boeiend tegelijk. Kosten stijgen, de consumentenvraag verandert voortdurend en de concurrentie neemt toe. Parallel daaraan wordt het belang van beschikbaar gezond en duurzaam product steeds belangrijker. In deze turbulente context is groeien een voorwaarde om te overleven. The Greenery zet vol overtuiging de aanval in: groeien, autonoom en via M&A, en meer partnerships in de keten ontwikkelen.





Vacature

Business Development Strategie

De Business Development Strategie is onderdeel van het strategieteam en werkt daarnaast actief mee in het value-creation team dat op dit moment wordt opgebouwd. Twee domeinen en rollen die in elkaar overlopen, met ruimte om trajecten van begin tot eind te leiden. Dat de koers net geformuleerd is en de implementatie op dit moment van start gaat, maakt dit een uitgelezen instapmoment.

Een van de belangrijkste opdrachten is om mee te bouwen aan het nieuwe Value Creation team. Dat begint met het leggen van een stevige basis: een gedegen langetermijnplan, een gevulde pipeline en sterke business cases. De Business Development Strategie jaagt proactief kansen na: in een gezamenlijk team van Strategie, Finance en Commercie een shortlist van vijftien telers converteren naar nieuwe leden, een overnamekandidaat in kaart brengen en het acquisitietraject starten of een strategisch partnership uitwerken. Zo fungeert de functie als strateeg en dealmaker in één.

Daarnaast draagt de Business Development Strategie bij aan de uitrol van Strategie 30, de nieuwe groeistrategie die recent is gepresenteerd. De strategie rust op vier pijlers: merkversterking, organisatieontwikkeling, groei op eigen en nieuwe telers, en nieuwe partnerships. Binnen de implementatie is veel vrijheid: de Business Development Strategie kiest zelf een of meerdere thema's en projecten. Dat kan een eigen groei casus tot succes brengen, een optimalisatie zijn in de waardeketen

of bijvoorbeeld het HR-team ondersteunen op het versterken van de cultuur & de capabilities. Bij elk traject is de rol van begin tot eind hands-on en strategisch betrokken, in nauwe samenwerking met de Head of Strategy en verantwoordelijke teams. Het project is pas afgerond als de verbetering daadwerkelijk in de organisatie geland is.

” *Een corporate werkt niet alleen rationeel. Zonder draagvlak belandt zelfs de beste analyse in de la. Jij weet mensen te raken en zorgt er zo voor dat jouw visie en projecten écht in de organisatie landen*”

▪ Laurens van Haagen, Head of Strategy

Deze rol past bij een ondernemende strateeg die rechtstreeks uit consulting komt of al een eerste stap in het bedrijfsleven zette, maar het oplossen van complexe puzzels niet wil loslaten. Analytische scherpheid en gevoel voor de organisatie zijn beide cruciaal: de ideale kandidaat voelt aan wanneer er ruimte is om door te duwen en wanneer geduld nodig is. Belangrijk is de gave om mensen mee te krijgen en energie krijgen van het idee om hands-on mee te bouwen aan een succesvolle, toekomstbestendige organisatie. Want met een value-creation-tak die nog in de prille beginfase staat, kan deze persoon wezenlijk invloed hebben op hoe deze wordt ingericht en zo directe impact hebben in een keten die er dagelijks voor zorgt dat miljoenen mensen genieten van verse, gezonde en betaalbare groente en fruit.





Interesse?

The Greenery werkt voor de invulling van deze vacature samen met Top of Minds. Neem contact op met Esme Bakker via esme.bakker@topofminds.com of met Martine Francken via martine.francken@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt.



TOP OF MINDS
Executive Search