



**PROFIEL**

**CCMI Consultant**

**Ahold**



Januari 2012

## Company Profiel - Algemeen

### AHOLD

Ahold is actief met toonaangevende supermarktketens in Europa en de Verenigde Staten. In 2009 had het bedrijf 2.909 winkels, 206.000 medewerkers en een totale omzet van € 28 miljard.

De supermarkten van Ahold zijn sterke lokale merken waar de klant centraal staat. Ze zijn actief betrokken bij de gemeenschap waarvan zij deel uitmaken.



### AHOLD EUROPA

Ahold Europa bestaat uit de winkelketens, Albert Heijn, Etos, Gall&Gall en Albert/Hypernova in Tsjechië en heeft een omzet van zo'n 12 miljard euro. Er werken ongeveer 100.000 mensen. De operationele verantwoordelijkheid per winkelketen is gescheiden van de ondersteunende functies. Deze zijn op Europees niveau samengebracht. Hierbinnen vallen de expertiseafdelingen: Sourcing, Informatie Management, Franchise, Real Estate & Construction, Finance Group Control en HR Expertise & Services. Daarnaast zijn er drie afdelingen gericht op het stimuleren van innovatie, onderzoeken van nieuwe mogelijkheden en kansen. Dit zijn de afdelingen Strategy Office, Business Development en New Markets & Format Development. Onder de laatste afdeling valt het nieuwe onderdeel Consumer, Customer & Market Insights (CCMI).

### ORGANISATIE

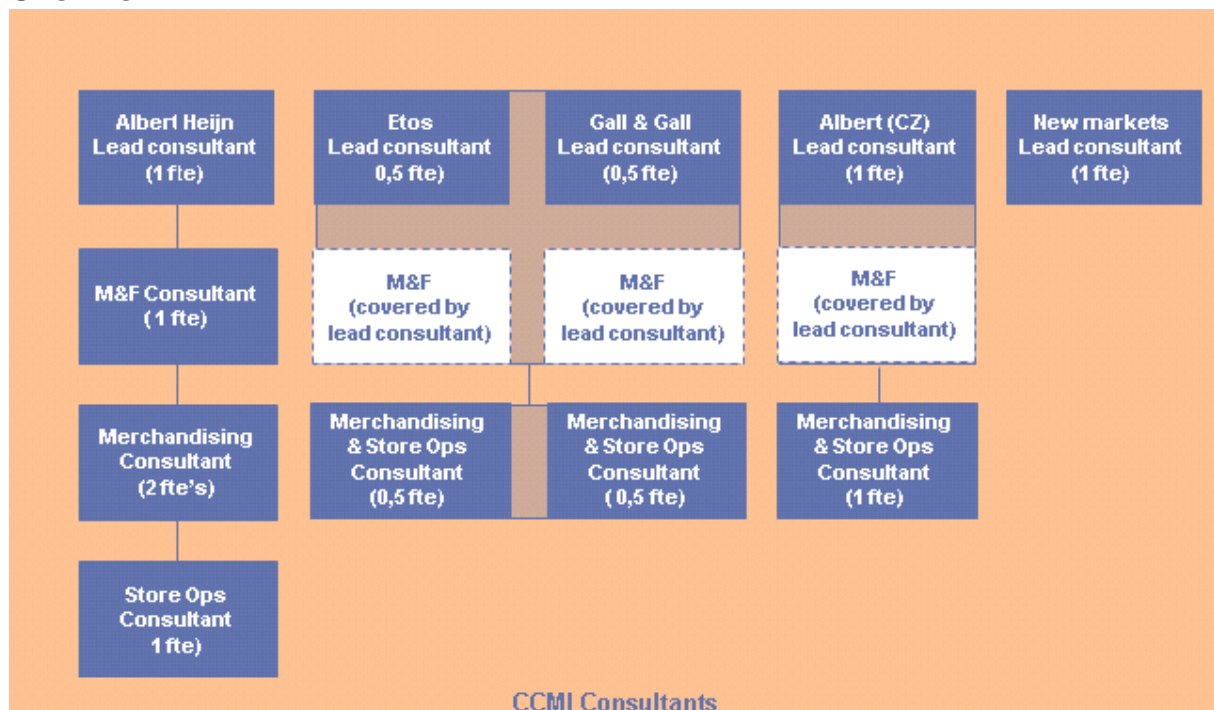
Ahold wil nog beter met de klant aan tafel. De organisatie wordt zodanig ingericht zodat kennis en inzichten voor alle merken (Albert Heijn, Gall & Gall, Etos etc.) centraal georganiseerd zijn en hierbij actionable insights te leveren. Consumer, Customer & Market Insights (CCMI) is de naam van een nieuwe afdeling binnen Ahold Europe. CCMI richt zich op de verbetering van de prestaties van *alle Europese merken* en New Markets door middel van onderzoek, analyse en advies vanuit het perspectief consument, klant en markt. De afdeling bouwt voort op het werk van de voormalige afdeling marktonderzoek. Het doel van CCMI is nog beter te begrijpen wat de klanten belangrijk vinden zodat de verantwoordelijke afdelingen daarop actie kunnen ondernemen.

## Positie

### POSITIE

Als CCMI Consultant geef je als sparringpartner (lid van het betreffende MT) richting aan de Brand/Format units, Merchandising units of Retail Operations. Je bent de verpersoonlijking van de klant en zit bij de business leaders aan tafel op het moment dat de strategische beslissingen genomen worden. Een CCMI Consultant bevordert, borgt en optimaliseert de klant-/marktgedreven business door het leveren van onderbouwde inzichten ('actionable insights') vanuit het perspectief consumenten, klant en markt op basis van gericht onderzoek. De CCMI afdeling bestaat uit een team van 7 Analytical Experts en een team CCMI consultants (zie organigram) en wordt geleid door de Head of CCMI. De consultants zijn georganiseerd naar de merken, en daarbinnen verantwoordelijk voor een deelproces (Marketing & Format, Merchandising of Operations).

### ORGANIGRAM



### RESULTAATGEBIEDEN

#### Stimuleren/bevorderen van een klant-/marktgedreven business

- Stimuleren van het bewustzijn binnen de business van klant- en marktgedreven denken en handelen;
- Voeren van overleg met businesspartners ter verkrijging van inzicht in de te leveren klant-/marktinzichten te onderbouwing/bijsturing van de business;
- Afstemmen van wensen/behoefte, maar ook inbrengen van klant-/marktinzichten voor de onderbouwing, invulling en evaluatie van specifieke plannen, acties, operations e.d.;

- Vertalen van gewenste inzichten naar concept onderzoeksvragen ('draft briefings') en maken van afspraken met de business over te leveren inzichten/onderzoeksresultaten.

#### KPI's

- Bewustzijn/belang van CCMI bij business;
- Inzicht in de invloed/input van CCMI op de effectiviteit van de business;
- Concept onderzoeksvragen aansluitend op onderbouwing specifieke plannen, acties e.d.;
- Eenduidige afspraken over te leveren bijdragen vanuit CCMI aan business.

#### Definiëren geïntegreerde/multi source onderzoeksvragen

- Vertalen van integrale/multi source onderzoeksvragen naar afgebakende/single source concept onderzoeksvragen;
- Afstemmen/toelichten van concept onderzoeksvragen ('draft briefings') met Analytical Experts gericht op het geven van inzicht in feitelijke informatiebehoefte/inzichten;
- Beoordelen van onderzoeksvoorstellen van Analytical Experts op aansluiting gewenste inzichten en maken van definitieve afspraken over onderzoeksopdrachten (final briefings);
- Vanuit inzicht in de business formuleren van ontbrekende onderzoeksbijdragen ('white spots') en maken van afspraken met Analytical Experts over de opzet en invulling van innovatieve onderzoeken;
- Maken van afspraken over de levering/planning van onderzoeksresultaten en bewaken/opvolgen van de levering van onderzoeksresultaten.

#### KPI's

- Eenduidige onderzoeksvragen/final briefings;
- Duidelijke afspraken over de levering van onderzoeksresultaten (termijn, kwaliteit, vormgeving e.d.);
- Beschikbaarheid onderzoeksresultaten conform eisen t.a.v.:
  - planning/termijnen
  - kwaliteit/aansluitend onderzoeksvraag
  - vormgeving/inzichtelijkheid

#### Adviseren business met actionable insights

- Analyseren van verkregen onderzoeksresultaten, inzichten en adviezen interpreteren van mogelijke consequenties voor de business;
- Integreren van bevindingen vanuit verschillende onderzoeksvragen (van single source naar multi source) naar gerichte adviezen voor de invulling van plannen en acties c.q. bijstelling van de business (actionable insights);
- Overdragen en toelichten van onderzoeksresultaten en adviezen en daarbij verkrijgen van draagvlak voor standpunten en actionable insights gericht op het versterken/borgen van een klant- en marktgedreven business;
- Samen met Finance bestaande business reviews waarbij financiële resultaten worden gedeeld door CCMI drivers en bevindingen worden gedeeld met belanghebbenden ter vergroten en borgen van klantgedreven handelen en denken.

#### KPI's

- Kwaliteit van analyses en adviezen t.a.v.:
  - aansluitend op vraagstelling/behoefte van de business
  - betrouwbaarheid
  - inzicht in mogelijke consequenties voor business: actionable insights
  - basis voor mening- en besluitvorming
  - beknoptheid
- Acceptatie adviezen/actionable insights door de business;
- Tevredenheid business over onderzoeksresultaten en adviezen
- (Ontwikkeling van de) impact van klant-/marktinzichten op de business

#### **INTERVIEW MET SUZANNA BROER, HEAD OF CCMI AHOLD EUROPE**

'Na haar studies economie en rechten gaat Suzanna aan de slag bij McKinsey. Hier doet ze internationale projectervaring op in verschillende industrieën: Finance, Private Equity, FMCG, Telecom en Energy. Ze werkt onder andere – via McKinsey – voor Danone (overname Numico) waar de CFO haar een aanbieding doet om als Global Strategy Manager aan de slag te gaan. Ze gaat hier aan de slag en onderzoekt hier onder andere nieuwe business opportuniteiten en definieert 5 global topics om de omzet te verdubbelen. Sinds 1 maart 2011 werkt Suzanna Bij Ahold als Head of CCMI op de afdeling New Markets & Format Development in Zaandam.'

'Het doel is om de voormalige afdeling marktonderzoek naar een hoger niveau te gaan trekken. Een prachtige uitdaging. Naast de echte analisten wil ik het team uitbreiden met slimme mensen die richtinggevende sparringpartner zijn van de business. Bruggenbouwers, die in staat zijn om 'snel' een goed begrip te krijgen van de uitdagingen van de business en deze vertalen naar specifieke onderzoeksvragen. Je bent lid van het top management team van het betreffende business onderdeel (Marketing & Format, Merchandising of Operations). Zo ben je een doeltreffende ondersteuning van de betreffende business leaders en kan je echt toegevoegde waarde hebben.'

'We zitten nog in de fase van opbouw van dit team. Ik zoek dus ondernemende mensen die samen aan iets nieuws willen bouwen. CCMI echt op de kaart te zetten. De ideale kandidaat krijgt de handen op elkaar in de organisatie. Iemand die analytisch sterk is en doorvraagt, maar met name een tactisch en sociaal persoon die de boodschap op de juiste manier weet over te brengen. Organisatie sensitiviteit en flair. Kunnen omgaan met retailers en je mannetje/vrouwetje kunnen staan. In deze brugfunctie leer je de organisatie en de retail business echt kennen om vervolgens – na een aantal jaar – door te groeien naar de business of naar zwaardere strategische rollen.'

## Personal Profile

### **FUNCTIE-EISEN, ERVARING EN COMPETENTIES**

#### Opleiding en ervaring

- WO werk- en denkniveau. Een commerciële, economische of technisch bedrijfskundige richting is een pre;
- Fundamentele kennis van business objectives en conceptuele ontwikkelingen;
- Inzicht in en kennis van operationele processen van de retail business;
- In staat om 'snel' een goed begrip te krijgen van de uitdagingen van de business en deze te vertalen naar specifieke onderzoeksvragen;

#### Relevante competenties

- Ondernemerschap: sterke commerciële en klantfocus+
- Hypothese gedreven manier van werken;
- Comfortabel met 'challenger'- rol in organisatie;
- Sterke analytische en numerieke vaardigheden;
- Pragmatisch, resultaatgericht en hands-on mentaliteit;
- Enthousiaste teamplayer: je bent proactief en resultaatgericht;
- Sterke communicatieve en schriftelijke vaardigheden;
- Doorgroeipotentieel om business leader te worden.

### **ARBEIDSVORWAARDEN**

Uitstekende primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden.

### **LOCATIE**

Zaandam

### **CAREER OPENERS**

Consultant

Joris van Lommel (tel: 035 – 646 03 43)

**Geïnteresseerd?** Dan ontvangen we graag je cv en een korte motivatie via de registratie pagina op onze site ([www.careeropeners.nl](http://www.careeropeners.nl)). Geef onder toelichting aub aan dat het de positie van CCMI Consultant bij Ahold betreft.