

Functieprofiel
lid Raad van Commissarissen
VVV Nederland
Profiel Businessstrategie en -ontwikkeling



Organisatie

VVV Nederland is een cadeaukaartenbedrijf en marktleider cadeaukaarten in Nederland. Met de VVV Cadeaukaart, de VVV Dinercheque en de VVV Lekkerweg zorgt VVV Nederland voor geef- en winkelplezier bij de consument en wordt de lokale en regionale economie door de omzet bij detailhandel, horeca, vrijetijdsbedrijven en webwinkels gesteund.

VVV Nederland beweegt zich op de business-to-business en de business-to-consumer markt. Voor wat betreft de business-to-business markt behoren zowel grootzakelijke bedrijven en instellingen als het MKB-bedrijfsleven tot de klantenkring. Vrijwel alle grootwinkelbedrijven in Nederland, duizenden lokale Retailers, restaurants en leisure bedrijven en honderden webshops zijn als acceptant aangesloten bij één van de cadeaukaarten van VVV Nederland.

De distributiemix is zeer divers en omvat zowel on- als offline distributiekanaalen. Een belangrijk online verkoopkanaal is de 'eigen' Business-to-Business webshop www.vvvcadeaukaarten.nl. Offline distributiepartners zijn onder meer Primera, Bruna, ANWB, Readshop, Jumbo, Blokker, Kruidvat en van oudsher ook de VVV vestigingen.

VVV Nederland opereert in een scherp concurrerende markt waarin snel reageren/slagkracht noodzakelijk is. De markt voor cadeaukaarten is de afgelopen jaren stevig gegroeid en het aantal labels sterk toegenomen. De concurrentiedruk is vooral afkomstig van de 'eigen' cadeaukaarten van grote Retailers en Etailers. In tegenstelling tot bijvoorbeeld de VVV Cadeaukaart zijn deze niet onderhevig aan het governance model dat van kracht is op een zogenaamde Elektronisch Geld Instelling (EGI). Uit de aard van haar business beweegt de ontwikkeling van VVV Nederland zich in de richting van een fintech bedrijf.

Belangrijke uitdagingen voor VVV Nederland zijn:

- Het bewerkstelligen van een data-gedreven cadeaukaartenbedrijf, zowel back- als frontoffice;
- Het versterken van het ontwikkel- en innovatievermogen en m.n. het verkorten van de time-to-market;
- Het verder uitbouwen van de e-commerce activiteiten (optimaliseren traffic en conversie; profiling) en het ontwikkelen van nieuwe verdienmodellen die hierop zijn gestoeld;
- Het optimaliseren van zowel het acceptantenaanbod (Retail en Etail) als de distributiemix (offline en online) in een (groei)markt met veel nieuwe toetreders en sterk toenemende concurrentie;
- Het verbeteren van de brutomarge ter versterking van het verdienmodel.

Kennisnetwerk Destinatie Nederland

Vanuit de historie is VVV Nederland ook de licentiegever van het VVV merk. Het VVV merk wordt vooral gebruikt door Citymarketing en Destinatiemarketing Organisaties (CMO's en DMO's) die het in hun frontoffice dienstverlening toepassen om hun visitor touchpoints herkenbaar te markeren. De brand van de bestemming (stad of regio is leidend) maar het VVV merk vervult een ondersteunende functie als trustbrand (à la Intel inside) voor betrouwbaar gastheerschap voor gasten en bezoekers die al op de plaats van bestemming zijn. De CMO's en DMO's gebruiken het VVV merk op basis van een licentie die ze afnemen bij VVV Formule B.V., een volle dochter van VVV Nederland b.V.

Samen met en voor de CMO's en DMO's heeft VVV Nederland het Kennisnetwerk Destinatie Nederland ontwikkeld. Met als doel gezamenlijk beter worden in het vak van destiniemarketing en destiniemanagement en bijdragen aan het behartigen en verwezenlijken van de belangen en doelen van de CMO's en DMO's in Nederland. De ruggengraat van het Kennisnetwerk wordt gevormd door zgn. expertgroepen, bestaande uit professionals vanuit de CMO's en DMO's. De expertgroepen richten zich op verschillende domeinen die door de CMO's en DMO's zelf zijn gedefinieerd, zoals Data & Marktinzichten, Hospitality, Digitale Ontwikkeling, HRM en DMO of the future.

Vanuit VVV Nederland is er een kleine werkorganisatie (ca. 4 fte) die als verbinder, organisator en facilitator van het Kennisnetwerk fungeert. Recent is er vanuit de CMO's en DMO's de wens geuit om het Kennisnetwerk Destinatie Nederland door te ontwikkelen tot een belangenbehartiging- en lobbyplatform voor CMO's en DMO's.

Profiel vacature

De vacature is ontstaan door tussentijds vertrek naar het buitenland van een van de leden van de Raad van Commissarissen.

De ideale kandidaat combineert een academische achtergrond met enige toezichthoudende ervaring en een bewezen – eindverantwoordelijk - business profiel in een commerciële omgeving op het gebied van businessstrategie en businessontwikkeling. Kennis van en ervaring met fintech ontwikkeling is een pré. Naast de kennis en ervaring met businessstrategie en businessontwikkeling is het ook belangrijk dat de kandidaat weet hoe je een slagvaardige en ondernemende cultuur kunt ontwikkelen en managen. Het is de bedoeling dat de kandidaat tevens deel gaat uitmaken van de Auditcommissie van de Raad van Commissarissen

We zoeken kandidaten met de volgende kerncompetenties:

- Strategisch, maar ook commercieel denkend;
- Vernieuwend, maar ook weer praktisch;
- Kritisch op businessstrategie en -ontwikkeling, autonoom, stevige debater;
- Toezichhoudend en inspirerend;
- Het vermogen om strategische allianties te onderkennen en aan te gaan.

Juridische structuur

VVV Nederland is een besloten vennootschap met een statutaire directie die bestaat uit algemeen directeur Kees van Wijk en directeur Giftcards Erwin de Zeeuw. Op 31 december 2018 had VVV Nederland 46 werknemers in dienst. De holding VVV Nederland B.V. kent een drietal werkmaatschappijen: VVV Cards B.V., VVV Cadeaubonnen B.V. en VVV Formule B.V.

De holding heeft een Raad van Commissarissen die toezicht houdt op het bestuur. De Raad bestaat uit 5 personen, inclusief één gekwalificeerde zetel vanuit de VVV licentiehouders.

De stichting VVV Groep Nederland is enig aandeelhouder in VVV Nederland B.V. Het bestuur van de stichting fungeert als Algemene Vergadering van Aandeelhouders. De leden van het bestuur van de Stichting bestaan uit statutaire en/of gevolmachtigde directeuren van organisaties die beschikken over een VVV licentie, maar hebben zitting zonder last of ruggenspraak en worden verkozen op basis van coöptatie.

Raad van commissarissen

De Raad van Commissarissen vergadert 5 à 6 maal per jaar. Verder kent de Raad een Remuneratie -, Audit - en Marketing/ICT commissie. Gemiddeld komt het aantal vergaderingen/bijeenkomsten daarmee in totaal op ongeveer 10 per jaar. Naast de reguliere toezichthoudende rol is de Raad een stevig klankbord voor de directie. Er is sprake van een open en kritische dialoog.

Voorzitter van de Raad van Commissarissen is de heer Peter Brussel.

Informatie

VVV Nederland laat zich in deze procedure bijstaan door Marcel Gasseling van Gasseling Search. Geïnteresseerde kandidaten kunnen hun interesse kenbaar maken door een bericht (inclusief actueel CV) voor 1 december te sturen aan info@gasselingsearch.nl. Voor meer informatie kunt u bellen met Marcel Gasseling of Elise van Mil op 073-8200374.