

LINDA PLATVOET

Energieke en inspirerende business leider met ruime ervaring in het versterken van merken, mensen en bedrijfsresultaat binnen een nationale en internationale FMCG, retail, duurzame consumenten goederen en dienstverlening omgeving.

Ik ben conceptueel en analytisch sterk waardoor ik de business, de mensen en het bedrijf snel kan doorgronden en binnen afzienbare tijd het verschil kan maken. Met mijn verbindende en management capaciteiten haal ik het maximale uit (multidisciplinaire) teams. Mijn drive is 'getting the job done' en anderen met plezier laten leren en presteren. Dit doe ik door on the job te coachen op zowel inhoud als persoonlijke ontwikkeling met de bedrijfs- en merkdooelstellingen als kompas.



PROFESSIONELE ERVARING

Marketing	Merkpositionering, strategie, activatie, innovatie, portfolio management, pricing en promotion strategie, kids marketing, consumer en shopper insights, retail marketing, digitale marketing, traffic & conversie verbetering, E-commerce, internal branding
Communicatie	Customer journey, agency pitch, design, CRM, PR, communicatie strategie, briefing t/m executie: TV, print, radio, omnichannel
Business Management	Merk P&L en MT verantwoordelijkheid, strategisch & operationeel plan, kostenbesparing, reorganisatie, sterke affiniteit met sales, trade, category en shopper marketing
People Management	Opzetten Marketing & Communicatie afdeling, ontwikkelen en empoweren van jonge marketeers, alignment met internationaal en senior management

COMPETENTIES

Persoonlijk

- Conceptueel & analytisch denkvermogen
- Ondernemerschap
- Resultaatgericht
- Motiveren en involveren
- Teamspeler
- Empowering
- Verbindend
- Open en constructief

Professioneel

- Merk strategie en positionering
- Insight en merk gedreven innovatie
- Customer Journey
- Omnichannel
- Multifunctioneel en internationaal team management
- People management

TALEN

- vloeiend
- redelijk

KLANTEN & MERKEN



WERKERVARING

2021	Marketing Lay's Linkin pin tussen het Global en Regional Marketing team en de Benelux markten. Verantwoordelijk voor het toevoegen van lokale relevantie en vertalen van Lay's Equity campagne voor 2022.
2020 - 2021	Manager Ledenmarketing en Partnerships (ANWB) Verantwoordelijk voor ledenmarketing, werving en behoud, loyaliteitsprogramma, maatschappelijke impact campagnes, lidmaatschapsmodel, ontwikkelen digitale ledenpas, NPS, Credit Card en Partnerships. Reorganisatie Partnership team doorgevoerd. Resultaten: ledengroei naar 4,8 MIO, NPS +3%, Top 5 meest inspirerende merken
2018 - 2020	Marketing Manager Batavus en Sparta (Accell Benelux BV) Transitie naar consument gericht, double digit decline omgebogen naar double digit groei. Herpositionering, bureau selectie (advertising en media), nieuwe collectie 2020, planningsproces, integratie offline en online marketing. Aansturen van multidisciplinaire brand teams
2018	Marketing en Communicatie Manager Qurrent Scale up bedrijf in groene energie. Marketing & communicatie afdeling opgezet met heldere taken en verantwoordelijkheden. Sterke on the job coaching (vakinhoudelijk, persoonlijk en procesmatig) van 13 jonge ambitieuze en maatschappelijk betrokken collega's. Merkpositionering, internal branding, sociaal jaarverslag, implementatie Customer Journey, digitale retentie en wervingcampagnes, optimalisatie E-commerce flow.
2017	Marketing Manager NL merci, Knoppers, Werther's Original en Toffifee (Storck) Vanuit Duitsland centraal aangestuurd bedrijf waarbij ik me heb gericht op het vergroten van de NL invloed op de lokale merkstrategie en executie en professionaliseren/ontwikkelen van collega's.
2017	Marketing Manager Tena Benelux Retail (Essity) 3 maanden P&L en business verantwoordelijkheid voor NL en België. Opstellen en alignement voor merkstrategie in transitie van monopolie naar concurrerende markt.
2015-2017	Snr Marketing Manager Brand Equity Quaker West Europa (Pepsico) Overbruggen van grote verschillen in historie en merk equity tussen de landen resulterend in een sterke en eenduidige merkpositionering en strategie, visuele identiteit, communicatie en website. Aansturen van een internationaal team met werkplekken in verschillende landen.
2014-2015	Marketing Manager Lay's Nederland (Pepsico) Specifieke focus op shopperinsight resulterend in een nieuwe assortimentstrategie (minder variatie, meer sizing). Consumer engagement: de zomerhit 2015 met Nielson (Lentekriebels) waarmee organische bereik 12% toenam.
2012- 2014	Marketing Manager Pearle Opticiens Nederland (Brilmij/Grand Vision) Aanscherping positionering 'kijk dat is nou Pearle' en nieuwe winkelformule 'in 4 stappen een nieuwe bril' ontwikkeld en in 289 winkels (filiaal en franchising) en E-commerce. CRM loyalty programma geïmplementeerd. Internal branding programma, training en coaching collega's van hoofdkantoor tot winkelpersoneel. Diverse omnichannel merk en sales campagnes ontwikkeld en geïmplementeerd.
2012 – 2010 2009, 2007 en 2005	Marketing en Customer Service Manager Duyvis, Lay's, Doritos, Snack-a-Jacks, Quaker, Tropicana, Smiths (Pepsico) Diverse opdrachten met aansturen van marketing team variërend tussen 2-6 personen. Opstellen van operationeel en/of strategische plannen, innovatie en conceptontwikkeling.
2008 – 2009	Marketing Director Health & Premium Taste Wessanen Nederland Zonnatura van niche en ouderwets omgebouwd naar mainstream positionering zodat het merk kan profiteren van de trend naar natuurlijk, eerlijk en biologisch. Agency pitch (Alfred): 'van nature lekkerder'. Lancering Whole Earth organic merk met 21 items in 4 categories.
2006	Marketing Directeur optiekketens Pearle en Eye Wish (Brilmij Groep) Positionering van beide formules binnen de markt en tegenover elkaar. Agency pitch (Doom&Dickson) nieuwe positionering 'Dat zie je alleen bij Eye Wish'. Traffic en rotatie verhoging door campagnes, promotie en CRM. Aansturen en ontwikkelen van 8 marketing professionals
2005, 2007	Marketing Consultant Fruity King : Positionering en executie ' <i>Fruity King daar wordt je vrolijk van</i> '
2005/2004	Marketing Manager Red Band en Venco : Adult snacking strategie, innovaties, channel strategie

2004	Oprichting Merk het Verschil
2001 – 2004	Marketing Manager Sara Lee Household & Bodycare Lokaal P&L verantwoordelijk voor oa de merken Sanex , Badedas, Vapona, Delial en in matrix structuur voor Sanex voor Europa. Sponsor en non traditional media strategie Sanex (schaatsen en WTA Tennis). Aansturen team van 6 FTE's, verantwoordelijk voor ca €70 MIO
1998 – 2001	National Account Manager Hero Albert Heijn en TSN (oa Schuitema, Sperwer, Plus)
1996 – 1998	Product/Product Group Manager Hero Dranken Verantwoordelijk voor Hero, Herschi, Crystal Clear, PL in retail en out of home. Herpositioneren Hero merk: ' <i>Hero het fruit springt eruit</i> '. Ontwikkelen en lancering Hero FruitOntbijt binnen koelverschap (introductie van het jaar 1998: omzet 15 mln euro 1 ^e jaar). Introductie Crystal Clear (€ 5 mln 1 ^e jaar)
1994 – 1996	Junior Product Manager Hero Jam/Food Verantwoordelijk voor de merken Betuwe en Hero. Portefeuille strategie opgesteld resulterend in een marktaandeel swap van Betuwe naar Hero.

OPLEIDING

2021	Post Master opleiding Beekestijn: Digitale Marketing Strategie en Leiderschap
2014	Opleiding Online Marketing (SRM)
2012	Cursus update digitale marketing (WerfSelect)
2008	Cursus digitale marketing (Nijenrode)
1994	Doctoraal Bedrijfseconomie Erasmus Universiteit Rotterdam

OVERIG

Bestuur Voedselbank Utrechtse Heuvelrug (vanaf zomer 2016 - heden)