

NATIONALER KEY ACCOUNT MANAGER (m/w/d)
Drogeriemärkte

VIVIL A. MÜLLER GMBH & CO. KG

Offenburg / Home-Office (Rhein-Main / NRW / Rhein-Neckar / Rhein-Ruhr)

Das Unternehmen:

Die VIVIL A. Müller GmbH & Co. KG (www.vivil.de) ist ein familiengeführtes und innovatives Markenartikelunternehmen und zählt seit Jahrzehnten zu den bekanntesten Unternehmen der Süßwarenbranche. Die Vielfalt des Sortiments, ein hoher Qualitäts- und Sicherheitsstandard der Produkte sowie eine kundenorientierte Marktpolitik sind VIVILs Stärken.

Was 1903 mit den ersten Pfefferminzbonbons in Straßburg begann, ist heute ein Unternehmen, das mit seiner Dachmarke VIVIL in vielen Produkten und über 30 Ländern der Welt im Handel und auf Veranstaltungen für bunten und frischen „Bonbon-Spaß“ sorgt – natürlich ohne Zucker. Aktuell tragen ca. 200 Mitarbeiter in Produktion und Verwaltung zum Unternehmenserfolg bei. Die Umsätze im vergangenen Geschäftsjahr lagen im mittleren zweistelligen Millionen-Euro-Bereich.

Mit klaren strategischen Zielen ist VIVIL trotz schwieriger Zeiten auf Wachstumskurs. Bereits erfolgreich umgesetzt ist dabei der Fokus auf das Wesentliche. Man hat in den letzten Jahren mit einer Sortimentsbereinigung die Artikelanzahl nahezu halbiert und arbeitet so profitabler und effizienter. Mit immer wieder neuen Geschmacksrichtungen zeigt das Unternehmen seine Innovationskraft. Durch eine erfolgreiche TV-Werbung war es VIVIL vor der Pandemie gelungen, zahlreiche neue Konsumenten für die Marke zu begeistern. Ein weiterer strategischer Aspekt ist der Blick auf die Erweiterung der internationalen Märkte. Hier gibt es viel Entwicklungspotenzial. Das Unternehmen, was noch nie in seiner Firmengeschichte Verluste generiert hat, entwickelte sich auch während der Pandemie deutlich besser als die Konkurrenz. Entgegen vieler in ähnlichem Produktsegment ging VIVIL mit einem Umsatzplus aus 2020 und auch 2021 hervor. Seit August 2022 steigt die Nachfrage nach Bonbons wieder stetig an. Die Drogeriemärkte in Deutschland wurden als Vertriebskanal von VIVIL bisher nahezu vernachlässigt. Hier gibt es jede Menge Chancen auf weiteres Wachstum.

Alles in allem – VIVIL: ein traditionsreiches und profitables Familienunternehmen mit klaren Vorstellungen und einer positiven und soliden Perspektive, das auch zukünftig einen wettbewerbsfähigen Weg gehen wird, ohne seine badischen Wurzeln zu vergessen und seinen mittelständischen Charme zu verlieren.

Die Position:

Gesucht wird der Nationale Key Account Manager* (w/m/d) mit der Verantwortung für die großen zu erschließenden Drogeriekunden in Deutschland (DM, Rossmann, Müller, Budni).

Die Hauptaufgabe des gesuchten Managers ist es, ein Konzept zur Erschließung des Drogeriemarktkanals in Deutschland zu entwickeln und somit die strategische und operative Führung dieses Kanals zu übernehmen. Er ist für die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Jahresgesprächen verantwortlich und setzt damit die Unternehmensziele im Hinblick auf Absatz, Umsatz, Budget und Deckungsbeitrag profitabel um. Mit Hilfe von Marktdaten (GFK) steuert der Key Account Manager seine Kunden und trägt zu einem professionellen Category Management im Unternehmen bei. Unterstützt wird er dabei durch ein breit aufgestelltes Innendienstteam, welches ihm im operativen Kundenmanagement zur Seite steht.

Der Nationale Key Account Manager berichtet gemeinsam mit seinem KAM-Kollegen in Norddeutschland an den Inhaber und Geschäftsführer, Dr. Müller-Vivil.

Der ideale Kandidat*

Der gesuchte Kandidat sollte nach seinem Hochschulstudium (alternativ kaufmännische Ausbildung mit entsprechender Weiterbildung) über mehrere Jahre Berufserfahrung im Vertrieb eines Markenartikelunternehmens im Food- oder Non-Food-Bereich aus dem FMCG-Umfeld verfügen. Dabei hat er mit einem guten analytischen Verständnis eine solide Vertriebsausbildung genossen und bereits eigenständig Jahresgespräche geführt. Ein praktikables Netzwerk im Drogeriekundenumfeld erleichtert den Einstieg. Weiterhin ist ein versierter und präsentationssicherer Umgang mit Nielsen- und/oder GFK-Daten Voraussetzung für die Position. Auch der methodische Umgang mit Shopper-Daten (GFK IRI) sollte nicht fremd sein. Sichere Anwenderkenntnisse in MS-Office, ein souveräner Umgang mit modernen Büro-kommunikationstools und ein PKW-Führerschein runden das Profil ab.

VIVIL wünscht sich eine engagierte und durchsetzungsstarke Persönlichkeit mit Ehrgeiz und Kreativität, die den Willen hat, selbst gesteckte Ziele zu erreichen und voranzukommen. Analytische Fähigkeiten und unternehmerische Denk- und Handlungsweisen sind dafür wichtig, genauso wie der Blick fürs Wesentliche und eine Hand voll Pragmatismus. Am besten passen würde ein kommunikativer Teamplayer, der mit viel Eigenverantwortung und Selbstmotivation in der Lage ist, sich trotz Home-Office gut in die badische Unternehmenskultur einzufinden.

Perspektiven

Die Position bietet bei entsprechender Eignung, Leistung und Abteilungsentwicklung verschiedene Entwicklungsmöglichkeiten in einem sehr soliden, profitablen und strategisch gut gerüsteten Unternehmensumfeld. Der Kandidat hat hier die Möglichkeit, das Wachstum von VIVIL entscheidend mit zu gestalten. Perspektivisch ist bspw. eine Ausweitung der Verantwortung auf große LEH-Kunden oder andere europäische Märkte denkbar.

Firmensitz/Wohnort

Der Firmensitz des Unternehmens ist das badische Offenburg. Der Kandidat wohnt idealer Weise verkehrsgünstig zwischen Rhein-Neckar und Rhein-Ruhr und kann dort vom Home-Office aus agieren, sollte jedoch eine Präsenz in Offenburg einplanen. Ein Wohnort nahe des Firmensitzes Offenburg ist auch denkbar, hier wird dann entsprechende Reisebereitschaft in Richtung der Kundenzentralen vorausgesetzt.

Kontakt:

MSP-Consulting / Katja Schietzold

bewerbung@msp-consulting.de / Telefon: 06123-705974-0

**) Für die gesuchte Position kommen gleichberechtigt sowohl weibliche, männliche als auch diverse Kandidaten in Betracht. Ausschlaggebend für die Entscheidung sind lediglich die fachliche Qualifikation sowie die Persönlichkeit, die zum dem existierenden Umfeld passen muss. Mit dem Ziel, den Text etwas „lesefreundlicher“ zu gestalten, wurde nur die männliche Ansprache gewählt.*