



# Insights Professional van het jaar - Bedrijfszijde

## **Hans Zijlstra (KLM Royal Dutch Airlines)**

In de afgelopen jaren is Hans in zijn rol als Director Customer & Market Insight bij Air France-KLM uitgegroeid tot een bekend gezicht in ons vakgebied, zowel intern binnen Air France-KLM als extern.

Binnen Air France-KLM zet Hans onderzoek op de kaart bij senior management, coach collega's, en is blijvend innovatief bezig met onderzoek en data-analyse. In het afgelopen jaar is de door hem opgezette Brand Tracker tot volle wasdom gekomen binnen Air France-KLM en heeft hij verschillende innovatieve manieren ingezet om onderzoek te verbeteren en de impact op bedrijfsbeslissingen te vergroten. Daarnaast is Hans een graag geziene gast en spreker op congressen en webinars, waar hij zijn expertise actief deelt. De jury kijkt ernaar uit om met Hans in gesprek te gaan over zijn bijdragen en visie op de toekomst.

## **Neeltje Martens (AS Watson)**

Als enige vertolker van het onderzoeksvak binnen AS Watson stond Neeltje bij haar aantreden voor de uitdaging om de rol en impact van onderzoek binnen de organisatie neer te zetten en impact te creëren. Ze heeft dit met verve gedaan, door holistisch naar de behoeften van het management te kijken, en deze behoeften op een gestructureerde manier door middel van onderzoek te adresseren. Hierdoor is Neeltje razendsnel een spin in het web en sparringpartner geworden voor haar stakeholders, tot op board niveau. Verder werkt ze nauw samen met bureaus en staat ze hen bij met advies over mogelijke verbeteringen. Dit maakt haar tot een ambassadeur van het vak, die het niveau en de impact van ons vakgebied omhoog tilt. De jury is onder de indruk, en hoort graag haar verhaal.

## **Satyam Arora (Philips)**

Als Head of Commercial Analytics bij Philips wordt Satyam geroemd om zijn visie en leiderschap in het vertalen van data naar actionable insights, door middel van een strategische blik en holistisch begrip van de uitdagingen waar Philips voor staat. Hij doet dit in nauwe samenwerking met zijn team en heeft daardoor een grote impact op sterker data-driven decision making binnen Philips. Onder zijn leiding is er de afgelopen jaren meer geïnvesteerd in syndicated data en onderzoek, waardoor Philips betere beslissingen kan nemen. De jury is benieuwd naar verdere toelichting over hoe Satyam bijdraagt aan zijn eigen succes, dat van zijn team en dat van Philips.

