

## Juryrapport - Data & Insights Company van het jaar 2024

### Juryleden

Govert van den Bos	MWM2
Jürgen Warnecke	Aegon
Stephanie La Grouw	Bureau Gibbs
Edwin Kooge	BAYZ Analytics
Jan Zwang	VodafoneZiggo
Rishi Bhugwansing	Louwman Group
Vera Hulsebosch	Dienst Publiek en Communicatie

### Juryrapport McDonald's

Het zijn van de meest gelokaliseerde multinational is al een prestatie op zich, maar de ambities van McDonald's reiken verder dan dat.

De jury was onder de indruk van McDonald's! Met een relatief klein team zijn ze al zeer volwassen in het data en insights-gedreven werken. Om die ambitie te bereiken, werken ze samen met sterke externe leveranciers. Partners eigenlijk, die onmisbaar zijn voor de business. De grootste uitdaging voor McDonald's ligt misschien wel in het meenemen en overtuigen van de franchisenemers in de vestigingen. Ook daar zit een mooie, doordachte strategie op.

Het paradepaardje is toch wel de McDonald's app, die een belangrijk uitgangspunt vormt voor de business. Op basis van data en inzichten zijn de mogelijkheden in de app uitgebreid. Door een geavanceerd datamodel voor segmentatie in de app toe te passen, leert McDonald's haar klanten steeds beter kennen en weet zij klanten ook aan zich te binden. Maar niet alleen app data, ook allerlei andere vormen van data, zoals die van de bestelzuilen, wordt meegenomen om een zo passend mogelijke klantervaring te creëren. Heel mooi voorbeeld daarvan is de Family mode.

Om data tot leven te brengen, wordt gebruikt gemaakt van dashboards en sessies waarin inzichten op allerlei vlakken en niveaus worden gedeeld. Middels het crawl, walk, run, fly framework worden prioriteiten gesteld en keuzes gemaakt in doorontwikkeling.

Hoewel McDonald's Nederland vooroploopt en gezien wordt als leider binnen McDonald's global, wordt er niet alleen naar binnen gekeken. Ook binnen de 'informal eating out' categorie wordt McDonald's gezien als een leider in het data en insights-gedreven werken. De jury ziet dat er sterke basis ligt voor verdere groei hierin om in de toekomst de prijs wel te gaan pakken.

## **Juryrapport KLM-Air France**

Het is geen geringe prestatie om een van de meest klantgerichte luchtvaartmaatschappijen te zijn, maar de bestemming van KLM-Air France ligt nog veel verder!

Het KLM-Air France Marketing Intelligence team heeft een prachtig vlaggenschip: het NeXT-programma. Hierin verzamelt zij dagelijks ruim 1.500 observaties van ongeveer 800 vluchten. Door interne data te combineren met externe klanttevredenheidsdata, krijgt KLM-Air France een zeer gedetailleerd beeld van de klantbeleving. Letterlijk tot op vlucht-niveau en zelfs stoelniveau! De analyses van het team op het gebied van punctualiteit en loyaliteit spelen een cruciale rol in haar dagelijkse operationele beslissingen, zoals het wel of niet wachten op aansluitende passagiers en het proactief annuleren van vluchten bij storm. Met innovatieve analysetechnieken streeft KLM-Air France naar verbeterde efficiëntie en effectiviteit in marketinguitgaven wereldwijd. Deze analyses, tonen haar vermogen om complexe, data-gedreven beslissingen te nemen die zowel klantloyaliteit als operationele efficiëntie bevorderen.

De jury bewondert de manier waarop KLM-Air France haar inzichten deelt door middel van deelname aan branche-initiatieven, symposia en whitepapers. Daarnaast worden data & insights methodieken van het KLM-Air France team overgenomen door partners, concurrenten en zelfs partijen uit hele andere branches zoals Telecommers en Retailers.

Ondanks de fragmentatie van data en insights bij bedrijfsonderdelen, heeft KLM-Air France laten zien hoe gedegen en effectief zij data en insights integreert in de bedrijfsvoering. Een uitgebreid commercieel data platform en de samenwerking tussen afdelingen zorgt ervoor dat data direct kan worden ingezet om inkomsten en klantervaring te verbeteren.

De jury ziet een sterke basis voor verdere groei en innovatie. Met haar gedegen aanpak en voortdurende focus op klanttevredenheid, is KLM-Air France een voorloper in het data- en insights-gedreven werken.

Het is met trots dat wij KLM-Air France feliciteren met de titel Data & Insights Company of the year!

## **Juryrapport NVM**

Al 125 jaar behartigt de Koninklijke Nederlandse Coöperatieve Vereniging van Makelaars en Taxateurs (NVM) de belangen voor ruim 4.400 aangesloten makelaars en taxateurs. Het motto: iedereen verdient een optimale plek voor woon- en werkplezier.

Voor het grote publiek vooral bekend van Funda - inmiddels een zelfstandige organisatie- doet de NVM voor haar leden ongelooflijk veel op het gebied van juridische zaken, belangenbehartiging, marketing, etc, maar de nummer 1 reden om lid te worden van de NVM is Data. NVM'ers zijn de best gefaciliteerde vastgoedexperts. Een feit dat overigens nog niet altijd voldoende duidelijk is bij de consumenten en een reden temeer zou moeten zijn

om voor een NVM-makelaar te kiezen. Hier ziet de NVM dan ook nog een taak voor zichzelf weggelegd.

En het loont inderdaad om lid te zijn van de NVM: zij hebben als enige volledig inzicht in de markt, óók in het stukje markt wat door niet-NVM makelaars bewerkt wordt. Elk kwartaal haalt men hiermee de pers, als men de recente prijsontwikkelingen van de huizenmarkt laat zien.

Bewonderingswaardig is dat alle softwareontwikkeling en -beheer inhouse gebeurt. Dochterbedrijf Brainbay is hierin een drijvende kracht. Een groot team werkt dagelijks aan het ontwikkelen en verbeteren van veel verschillende dataproducten. Zo houdt de NVM sinds de jaren '60 al objectdata bij (sinds de jaren '80 elektronisch), die via bijvoorbeeld dashboards inzicht geven in de markt. Tegenwoordig gaan de producten steeds meer richting AI. Denk aan het voorspellen hoeveel een woning extra waard wordt op het moment dat het energielabel van C naar B gaat. Of het berekenen van de kans dat een bod geaccepteerd wordt. Of het halen van extra informatie over objecten uit foto's.

NVM heeft aan de jury laten zien hoezeer datagedreven de organisatie is en de kern vormt voor hun dienstverlening richting hun leden en in de toekomst ook steeds meer richting consumenten. De verschillende datateams hebben indruk op de jury gemaakt met hun langlopende dataverhaal, de inspirerende voorbeelden en de gedreven dataexperts die dagelijks met veel passie hieraan werken.

### **En de winnaar is...**

De winnaar van de Data & Insights Company van het jaar 2024 is... **KLM-Air France**