

Juryrapport - Data & Insights Bureau van het jaar 2024

Juryleden

Christiaan Buitenhuis	Interpolis
Jorrit Lang	PGGM
Imre van Rooijen	ABN Amro
Shirley van Stappershoef	DPG Media
Wouter Jonkers	Volksbank
Jolien van den Berg	IPG Mediabrands
Roelof Smalenburg	TUI

Juryrapport | 30 mei 2024

De jury van de bureau-award koos in maart 2024 drie genomineerden uit een grote serie voordrachten. De drie waren Miles Research, Motivaction en Online Dialogue. Een runner-up bij de genomineerden, een vaste waarde, een verrassende nieuwkomer. Bij de beoordeling hoort dat de jury op pad gaat naar de bureaus en zich daarna een definitief oordeel vormt. De bezoeken werden eind april door de voltallige jury afgelegd.

De jury had op basis van de eerder ingediende presentaties al een goed beeld van de drie bureaus, maar is altijd benieuwd naar de praktijk. De jury komt niet langs met een aantekenboekje waarin vinkjes en kruisjes worden gezet, maar wil vooral ook het bedrijfsverhaal horen. Uiteraard wordt daarbij gelet op prestaties en bedrijfsvoering over de afgelopen periode: hoe zit het met de omzet, hoe staat het met begeleiding en opleiding van de medewerkers, wat doet het bureau aan innovatie, hoe reageert het op de veranderende markt, wat is de impact op de sector - en op het specifieke vakgebied - en hoe wordt kennis in- en extern gedeeld? Dat geheel is de basis voor een oordeel. En bovenop die basis komt alle informatie die over de juryleden wordt uitgestrooid, omgeven door de vele indrukken die de jury opdoet tijdens de bezoeken.

Het werd een indrukwekkende dag. De drie bezochte partijen waren goed voorbereid op de komst van de jury, straalden trots uit en snapten wat er voor nodig is om z_o_'n__mooie prijs in de wacht te slepen.

De jury begon dit jaar aan de Singelgracht in Amsterdam bij Motivaction. Daarna was het centrum van Utrecht het decor van het bezoek aan Online Dialogue en ten slotte toog de jury naar het diepe zuiden, naar Dongen waar Miles Research is gevestigd.

Motivaction

Het voltallige directieteam stond bij binnenkomst van de jury klaar. Motivaction is een vaste waarde in onderzoeksland, en is dat al 40 jaar. Maar het bureau is zeker geen relict uit het verleden. Het is een partij die zich dagelijks verrijkt met inzichten uit de sector en de markt. Motivaction voert veel onderzoek uit voor opdrachtgevers, maar er wordt ook veel onderzoek gedaan op eigen initiatief, vaak met een maatschappelijke component, met

onderwerpen als het vertrouwen in de journalistiek, (inclusieve) doelgroepen en gedragsbeïnvloeding. Het getuigt allemaal van visie, durf en eigenzinnigheid. Dat geldt ook voor het personeel. Er zitten wat 'terugkeerders' bij: ex-collega's die na een uitstapje elders toch met liefde terugkwamen bij de organisatie waar ze zich altijd thuis voelden, en waar ze zowel collega's als vrienden werden. Motivaction kun je zien als een hecht team met als doel opdrachtgevers een stap verder te helpen bij het bereiken van hun doelen. Daarvan werd de jury nog eens duidelijk overtuigd.

Maar dat is nog geen basis voor een award. Er is dan ook meer: zo slaat Motivaction graag de handen ineen met specialistische bureaus, zoals het Amsterdam Datacollective en Impact Matters. Op die manier haal je steeds een frisse blik van buiten naar binnen. Natuurlijk is Motivaction zelf ook bezig met het toe-eigenen van nieuwe technieken en staat AI op de kaart. Aan de andere kant spannen ze zich ook in om hun mooie panels optimaal te koesteren en vragenlijsten zo op te stellen dat panelleden mee blijven doen. Innovatie zit 'm soms ook in goede en bestaande dingen nog verder brengen. Kijk maar naar het segmentatiemodel Mentality. Het blijft een kroonjuweel van Motivaction, ook door de upgrade in 2023.

Online Dialogue

Online Dialogue zit hartje binnenstad van Utrecht op een kantoorlocatie die innovatie ademt. Dat is Online Dialogue ten voeten uit. En ze zijn er zelf trots op, zoals de jury kon merken in de gesprekken. Het bureau is enorm *fact based*. Met meer dan 1.000 mensen die zijn opgeleid in de eigen academy zijn sinds de oprichting in 2009 meer dan 10.000 (!) A/B-testen uitgevoerd. Menige data-fan zal er zijn vingers bij aflikken. Online Dialogue hanteert een combinatie van data en psychologie met als doel: valideren en opdrachtgevers verder helpen. 'Validations in every organisation'.

Mooi is ook de vaardigheid om het thought leadership intern naar een hoger plan te brengen. Dan doen ze door aan presentatieskills te werken, zoals de HipHapHop-oefening. Maar ook door kwetsbaarheid te tonen in de zogenaamde F*ck up Fridays, waarin fouten worden benoemd en de leerpunten worden besproken met elkaar. Doel: beter performen in de tijd die nog moet komen. De jury was onder de indruk van de samenwerking met externe (educatieve) partijen en de papers die worden gepubliceerd.

Voor velen is Online Dialogue een *new kid on the block*, maar gezien het duizelingwekkende aantal awards die ze in het afgelopen jaar al wonnen, spelen ze inmiddels Champions League, met een effectieve en inventieve speelstijl.

Miles Research

De drieslag werd afgerond in Dongen. In een kantoor dat ooit dienst deed als vestiging van een grote Nederlandse bank zit Miles Research. Waar vroeger de klanten in de rij stonden om bedragen bij te laten schrijven op het spaarbankboekje of voor het kopen van vreemde valuta, daar ligt nu kennis en kunde in de kluis. De jury kreeg een rondleiding in het pand en maakte via speed dates kennis met de medewerkers. Een schot in de roos want zo kon de jury in korte tijd veel klantcases - en bureautrots - voorbij zien komen.

Miles heeft de zaakjes op orde. Het heeft een mooie, trouwe klantenbase opgebouwd, net zoals een brede onderzoeksexpertise mét talent én ervaring. Miles Research wil klanten het beste bieden, maar net zo goed het vak leuk houden. Miles schuwt innovatie niet. Ze gebruiken toepassingen met Conversational AI om ook de Japanse respondent een goede vragenlijst voor te schotelen, een plug-in in dashboards om open antwoorden beschermd te analyseren en in volzinnen te vertalen, ze zetten WhatsApp in en zo zijn er nog meer tools en noviteiten. Is er een kans, dan duiken Wim, Eric en consorten er bovenop. En dat is een kracht waar veel grote bureaus van kunnen leren, zo vindt de jury. Groot genoeg om met alle grote jongens mee te doen, klein genoeg om flexibel en non-nonsense te zijn.

De jury waardeert het niet aflatende enthousiasme voor het vak dat al jaren van het bureau afstraalt en dat zorg voor een zonnige toekomst en een stabiele groei.

En de winnaar is...

Wie wint de award voor Data & Insights Bureau van het jaar 2024? De jury zette zich aan het eind van de dag aan de definitieve keuze.

Drie verschillende bureaus. Aan de ene kant Motivaction, een naam in onderzoekslaan, gedegen maar nog steeds even fris, breed georiënteerd en bereid om maatschappelijke vragen te ontleden en te beantwoorden.

Dan een loot aan de data-stam, en wat voor een. In een tijd waarin data alle kanten uitvliegen zorgt Online Dialogue voor standvastigheid, fact based, en dat alles met een dynamiek die past bij het zo dynamische data-landschap.

En dan Miles, de gestaag rijzende ster. Nog volop in ontwikkeling, in het klantenbestand, in hun tools en interesses. Een groeier die, alsof het niets is, de allernieuwste technieken en zienswijzen op de toonbank legt.

Ja, ze verschillen maar ze hebben alle drie iets gemeen: ze zijn bedreven in hun vak, ze hebben een naam hoog te houden, ze schuwen de nieuwe tijden niet, en ze begeleiden een breed scala aan opdrachtgevers door het steeds veranderende data- en inzichtenlandschap. Het zijn bureaus met persoonlijkheid en persoonlijkheden en dat vertaalt zich in de kwaliteit van hun werk.

Het werd al met al een close call. Er werd geturfd, gewikt en gewogen. Er werd respect uitgesproken, want hoe we het ook bekijken: de top drie bestaat uit bureaus die snappen hoe de wereld van data en onderzoek zich ontwikkelt, die weten wat opdrachtgevers willen (om ze meteen aan zich te binden), die zich weten te presenteren en die stuk voor stuk een gezond en groeiend bedrijf hebben opgebouwd.

Toch het oordeel: hoe knap is het om al jaren actief te zijn in de markt, niet stil te staan en altijd nieuwsgierig te blijven. Er komt niet alleen een grote verscheidenheid aan klanten naar je toe, je wilt ook op eigen initiatief de wereld een beetje mooier maken. Je zoekt samenwerkingen die evenzovele versterkingen zijn, je onderhoudt modellen die door de jaren heen hun waarde hebben bewezen, en je kijkt de nieuwe tijd recht in de ogen. Met overtuiging. Die overtuiging hielp mee in het beslissingstraject. De award voor Data & Insights Bureau van het Jaar 2024 gaat naar Amsterdam. De winnaar is Motivaction.