

Juryrapport – Insights Professional van het jaar 2024 – Bedrijfszijde

Juryleden

Paulien Schieven	Ipsos I&O
Job van den Berg	ai.nl
Valerie Vieira	MWM2
Natasja van der Laan	Verian
Sander Noorman	SKIM
Maurice Palmen	beautifullives

Juryrapport

Na een schriftelijke voorronde heeft de jury gesprekken gevoerd met drie genomineerde kandidaten die werkzaam zijn aan de opdrachtgeverszijde. Drie ijzersterke professionals, waardige kandidaten voor de titel **Insights Professional van het Jaar**, die elk op hun eigen wijze indruk op de jury hebben gemaakt met hun inspirerende verhalen over hun werk, ambities en toekomstvisie op ons vak. Drie toppers, en maar één award, dat betekende weer een uitdaging voor de jury. Bij het beoordelen van de kandidaten heeft de jury hun recente prestaties (met nadruk op de afgelopen anderhalf jaar) en de volgende criteria in overweging genomen:

Bijdrage aan:

1. Innovatie van het vakgebied
2. Versterking van de positie van Insights binnen de organisatie
3. Eigen zichtbaarheid (presentaties, artikelen, boegbeeld)
4. Ontwikkeling van het vak, status en uitstraling - buiten bedrijf/functie om

Hans Zijlstra

Hans Zijlstra, de Director Customer & Market Insight bij Air France-KLM, heeft in zijn 35 jaar durende carrière furore gemaakt, zowel binnen als buiten de organisatie. Naast veel interne exposure tot aan de Board, staat Hans met enige regelmaat op (internationale) congressen en webinars, waar hij zijn expertise actief deelt. Een echte inspirator met een Air France-KLM hart.

Hans heeft een leidende rol bij het bevorderen van de data-driven cultuur binnen Air France-KLM. Binnen de organisatie zet Hans onderzoek op de kaart bij senior management, coacht collega's, en is blijvend innovatief bezig met onderzoek en data-analyse. Zo introduceerde Hans naast reeds bestaande KPI's een specifieke Perceived Service Failure KPI, wat inmiddels een begrip is binnen de organisatie. Het zogeheten NEXT-programma, waarmee continu de performance en de brand worden gevolgd, is niet meer weg te denken binnen Air France-

KLM. Verkregen inzichten hieruit vertaalt Hans samen met zijn team naar strategieën en acties.

Hans' liefde voor het vak en zijn expertise komen prachtig tot uiting in zijn hands-on mentaliteit. Hij staat nog altijd met de poten in de klei en daagt collega's, vakgenoten, maar ook de bureaus waarmee hij samenwerkt continu uit. Ook nieuwe door Air France-KLM aangeboden diensten zoals Air&Rail pakt Hans meteen op om onderzoek naar uit te voeren, zodat de klantbeleving centraal blijft.

De jury is onder de indruk van het feit dat Hans, met zijn 35 jaar ervaring in het vakgebied, heeft bewezen een pionier te zijn in het bevorderen van een data-driven cultuur. Tegelijkertijd blijft hij onvermoeibaar toegewijd aan zijn eigen ontwikkeling en neemt hij een leidende rol op zich binnen het Data & Insights-vakgebied. Hans' passie, kennis en inzet zijn bewonderenswaardig. Zoals hij zelf aangeeft, raakt hij niet uitgekeken op de branche. En wij zijn nog lang niet uitgekeken op Hans en zijn bijdrage. Chapeau!

Neeltje Martens

Sinds haar start bij AS Watson (Kruidvat en Trekpleister) in 2021 heeft Neeltje in korte tijd een grote impact gemaakt. Met een schat aan ervaring met meer dan 15 jaar aan bureauszijde, koos zij voor een nieuwe uitdaging om bij een van origine inkoopgedreven retailer, 'customer insights' op de kaart te gaan zetten. Als enige vertolker van het onderzoeksvak heeft zij collega's niet alleen enthousiast gemaakt voor insights, maar ook aangespoord meer insights-gedreven te werken, waardoor de focus op klanten enorm is toegenomen. Neeltje ontwikkelde en implementeerde hiertoe een uitdagend en innovatief 'marketing insights structuur' voor de AS Watson organisatie om op basis van consumenteninzichten te kunnen gaan sturen. Ze groeide al snel uit tot een essentiële sparringpartner voor collega's op alle niveaus, inclusief de directie, waar ze regelmatig advies aan geeft over trends, insights en strategie.

In 2023 stond Neeltje op het podium van de NIMA Marketing Day, waar ze uitlegde hoe brand- en communicatie tracking hebben bijgedragen aan de transitie van Kruidvat van prijsvechter naar hartendief. Een ander paradepaardje zijn de Customer Journey onderzoeken. Neeltje grijpt elke kans aan om Customer Journey workshop te organiseren om gezamenlijk actieplannen te ontwikkelen voor een betere klantervaring.

Neeltje heeft niet alleen oog voor het resultaat, maar ook voor de relatie met interne en externe stakeholders. Dankzij haar open en nieuwsgierige houding weet ze veel mensen te bereiken en te bewegen. Ze zoekt de samenwerking op met onderzoeksbureaus en adviseert hen, gevraagd en soms ongevraagd, hoe methodes of rapportages verbeterd kunnen worden.

Met genoegen heeft de jury geluisterd naar het nuchtere, maar impactvolle verhaal van Neeltje. Wij zien haar als een echt rolmodel voor professionals in data & insights. We ondersteunen haar ambitie dan ook om nog meer als ambassadeur van het vak naar buiten

te treden, door bijvoorbeeld kennis over te dragen aan universiteiten en jonge onderzoekers.

Satyam Arora

Satyam, van origine een investment banker met ervaring bij topfirms in New York, heeft bijna zeven jaar geleden een opvallende overstap gemaakt naar een insights- en analytics-rol bij Philips, waar hij nu de rol vervult als Head of Commercial Analytics. Zijn doel: impact maken met data. Hij gelooft sterk dat alles draait om goede datakwaliteit en de mogelijkheid om met data vooruit te kijken.

Gepassioneerd en met visie heeft Satyam verschillende analytics-programma's intern ontwikkeld in samenwerking met zijn teams. Hij beschouwt datakwaliteit als de onmisbare fundering waarop alle inzichten rusten. Zijn passie en soms eigenwijze karakter maken hem uniek. Als hij uit data bewijs haalt voor een inzicht en een collega in de business niet overtuigd is, schuwt hij niet om die collega later te confronteren als hij toch gelijk blijkt te hebben. Zo is hij een echt data-gedreven geweten van de organisatie.

Satyam wordt geroemd als een voorbeeld van een data-driven leider bij Philips. Zijn visie en leiderschap in het vertalen van data naar bruikbare inzichten hebben de jury omver geblazen. Met name dat de door hem ontwikkelde analytics-programma's bewezen rendement hebben opgeleverd: meer omzet en lagere kosten. Hét bewijs dat data en analytics een zeer rendabele en onmisbare discipline is.

De jury heeft geboeid geluisterd naar Satyam's sterk inhoudelijke presentatie, waarin hij met aanstekelijke overtuiging uiteenzette waarom succesvolle bedrijven meer analytics nodig hebben en hoe data altijd het verhaal vertelt. Wij moedigen de ingetogen Satyam van harte aan om deze kant van het vakgebied Data & Insights vaker in Nederland te presenteren. Zijn inzichten zijn leerzaam en inspirerend voor alle insights professionals.

De winnaar van de titel Insights Professional van het jaar 2024 aan de bedrijfszijde is Neeltje Martens

We hebben dit jaar drie uitzonderlijk sterke kandidaten, elk met hun eigen unieke kwaliteiten. Maar er kan slechts één als winnaar uit de bus komen, dus na zorgvuldige afweging bekronen we Neeltje Martens tot Insights Professional van het jaar 2024 aan de bedrijfszijde.

In minder dan drie jaar tijd is Neeltje de drijvende kracht geworden achter de transformatie van AS Watson naar een meer klantgedreven organisatie op basis van insights. Daadkrachtig heeft zij een nieuw en toekomstbestendig marketing insights structuur neergezet voor de AS Watson organisatie, die compleet en effectief is. Haar visie, daadkracht, enthousiasme en 'just-do-it' mentaliteit verdienen lof. Neeltje is een voorbeeld voor veel vakgenoten en daarmee een waardige winnaar van deze prestigieuze award. Gefeliciteerd, Neeltje!