



# Data & Insights Professional van het jaar Bedrijfszijde - 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 Data & 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 1- 2 jaar) en de volgende criteria in overweging genomen:

## Bijdrage aan:

- 1. Innovatie:** Ontwikkeling, introductie en/of toepassing van nieuwe inzichten, methoden of technologieën binnen het vakgebied data & insights.
- 2. Impact:** Versterking van de positie en waarde van data & insights binnen de eigen organisatie.
- 3. Exposure:** Eigen zichtbaarheid (presentaties, publicaties, (social) media buiten de eigen organisatie
- 4. Visie:** Bijdrage aan de ontwikkeling, toekomst, status van het vakgebied Data & Insights

## Prisca Metz - L'Oréal

Als CMI Director heeft Prisca consumer centricity stevig op de kaart gezet binnen L'Oréal Benelux. De afgelopen 3,5 jaar bouwde zij, met een cross-category aanpak, CMI uit tot een leidende kracht achter merk- en groeistrategieën. Ze bracht nieuwe doelgroepen in kaart en gaf daarmee richting aan het commerciële beleid. Met scherpe analyses en een prettige samenwerking – zowel intern als extern – weet ze consumer insights steeds weer in de spotlight te zetten en geeft ze data & insights een structurele plek binnen de organisatie.

Prisca valt op als een sterke verbinder met een scherp gevoel voor structuur en samenwerking. Ze is een echte Maximizer: ze brengt niet alleen de juiste mensen en middelen bij elkaar, maar weet daar ook het maximale uit te halen. Dit zie je terug in haar aanpak, waarbij ze altijd zoekt naar de beste inzet van talent en data om tot impactvolle inzichten te komen.





# Data & Insights Professional van het jaar Bedrijfszijde - Juryrapport

In een recent project rondom dataharmonisatie nam zij het voortouw om versnipperde databronnen te structureren tot bruikbare inzichten over marktaandelen. Zonder centrale sturing vanuit Global wist ze zelf richting te geven – beginnend bij heldere definities van categorieën en merken – wat getuigt van initiatief en leiderschap.

Intern wordt Prisca gewaardeerd als een vraagbaak – “PriscaGPT” – en ook extern representeert zij L’Oréal overtuigend op verschillende events. Ze is analytisch sterk, werkt constructief samen met bureaus, en weet goed welke inzichten relevant zijn voor de organisatie.

De jury heeft met veel plezier geluisterd naar Prisca’s verhaal, waarin duidelijk werd dat zij zich als een vis in het water voelt binnen de dynamische wereld van L’Oréal – zeer betrokken, maar zonder zichzelf op de voorgrond te plaatsen. De jury is onder de indruk van haar kennis, drive en verbindingskracht. We zien in Prisca een professional die haar CMI-rol met overtuiging transformeert van ondersteunend naar strategisch – en zijn benieuwd naar de verdere impact die zij daarmee zal maken.

## **Lucien Vieveen – Perfetti Van Melle**

Lucien draait al geruime tijd mee in het vak, waarvan de laatste 11 jaar als Global Consumer & Market Insights Director bij het Italiaanse familiebedrijf Perfetti Van Melle. Daar heeft hij vanaf de basis de waarde en noodzaak van data en insights opgebouwd, en deze merkgedreven organisatie geleerd om eerst vanuit de categorie te denken. In dat kader heeft hij de afgelopen jaren intensief gewerkt aan de ontwikkeling van het Opportunity Space Program (OSP), dat dient als stevig fundament voor strategieontwikkeling op basis van consumenteninzichten.

Met dit programma heeft Lucien op indrukwekkende wijze de rol van data & insights binnen Perfetti Van Melle structureel versterkt en verbreed – over alle landen heen. Met zijn flair en vakmanschap vertaalt hij onderzoeksoutput tot op de dag van vandaag naar concrete categorievisies en merkstrategieën. Hij is de drijvende kracht achter workshops in meerdere markten, waarin strategie, data en lokale marktkennis samenkomen. Het OSP-dashboard in Power BI ontsluit deze inzichten op toegankelijke wijze en is inmiddels onmisbaar voor het vertalen van inzichten naar waarde voor de hele organisatie.





# Data & Insights Professional van het jaar Bedrijfszijde - Juryrapport

Lucien slaagt erin om met een klein team van slechts twee mensen grote impact te realiseren binnen een internationaal bedrijf. Hij combineert scherpe strategische inzichten met pragmatisme – wat niet alleen leidt tot waardevolle adviezen, maar ook tot aantoonbare kostenbesparing, automatisering en versnelling van besluitvorming. Zijn CMI Bluebook is daarbij uitgegroeid tot een belangrijk naslagwerk binnen de organisatie.

Ook buiten Perfetti Van Melle laat Lucien zijn invloed gelden. Hij is de aanjager van de Commissie Opdrachtgevers Marktonderzoek (COM) en een graag geziene spreker op het MIE. Met zijn heldere visie op de toekomst van het vak – waarin data- & insightsprofessionals steeds vaker als strategisch partner optreden – is hij een veelgevraagde sparringpartner voor collega's in het werkveld.

De jury is onder de indruk van zijn sterke en energieke verhaal, en nodigt Lucien van harte uit om zijn motto 'kennis delen is kennis vermenigvuldigen' uit te blijven dragen, zodat het hele vakgebied daarvan kan profiteren.

## **Sara de Groot – Zilveren Kruis**

Met aanstekelijk enthousiasme heeft Sara het klantonderzoek binnen Zilveren Kruis de afgelopen vier jaar naar een hoger plan getild. In haar rol als Research Consultant en teamlead is marktonderzoek dankzij haar subtiele doortastendheid uitgegroeid tot een onmisbaar onderdeel bij strategische beslissingen.

Met een scherp oog voor relevantie gaat het Sara nooit om meten om het meten – dat vindt ze zonde – maar om het vinden van dat ene paadje naar een beter uitzichtpunt: inzichten die de organisatie écht anders naar een vraagstuk laten kijken. Ze gelooft daarbij sterk in de kracht van samenwerking en brengt dit ook overtuigend in de praktijk door klantinzichten, data science en AI slim te combineren. Dat dit werkt, blijkt onder meer uit de introductie van onderscheidende proposities zoals 'fysio meenemen'.

Sara schuwt niet om aan heilige huisjes te schudden of lastige onderwerpen aan te pakken, zoals de negatieve prijsperceptie van het merk. Dankzij de juiste insights, hoe klein soms ook, weet ze het kwartje te laten vallen en de organisatie in beweging te brengen om meer in te zetten op de emotionele klantbeleving.





# Data & Insights Professional van het jaar Bedrijfszijde - Juryrapport

Onder haar leiding is een open onderzoekscultuur ontstaan waarin verbinding en kennisdeling centraal staan. Ze initieerde het Klantinzichten Platform (KIP), waarmee iedereen toegang heeft tot relevante data. Liever nog deelt ze inzichten mondeling: via tweewekelijkse sprints, kennissessies, updates aan de directie en brede sessies met alle onderzoekers binnen Achmea. Zo houdt ze data & insights echt top of mind in de organisatie.

Ook buiten Zilveren Kruis laat Sara graag haar stem horen. Op LinkedIn deelt ze haar scherpe – en vaak grappige – observaties uit de praktijk, meestal rond customer experience. Ze gelooft in de toekomst van intuïtiever en impliciet meten met behulp van AI, en levert daarmee een waardevolle bijdrage aan de ontwikkeling van het vakgebied.

De jury heeft genoten van haar authentieke verhaal, vanuit een duidelijke passie voor het vak. We ondersteunen dan ook van harte haar ambitie om nog meer naar buiten te treden als ambassadeur voor ons vak. Marktonderzoek is Sara's 'ikigai' - dat is een inspiratie voor ons allemaal!





# Data & Insights Professional van het jaar Bedrijfszijde - Juryrapport

**De winnaar van de titel Data & Insights Professional van het jaar 2025 aan de bedrijfszijde is Lucien Vieveen**

We hadden dit jaar drie sterke kandidaten, die ieder op hun eigen wijze een ambassadeur voor het vak zijn. Maar er kan slechts één als winnaar uit de bus komen, dus na zorgvuldige afweging bekronen we Lucien Vieveen tot Data & Insights Professional van het jaar 2025 aan de bedrijfszijde.

Met zijn 40 jaar in het vak kan Lucien met recht gezien worden als een vaste waarde in ons vakgebied, en voor velen een coach en sparringspartner. Een lange staat van dienst is geen garantie voor het winnen van deze award; het is geen oeuvreprijs. Het gaat om de prestaties van het afgelopen één à twee jaar.

En juist in die periode is de impact van het onderzoeks- en data-gedreven programma (Opportunity Space Programma), waarvan Lucien de geestelijk vader is, tot volle bloei gekomen in uitrol en implementatie. Het is onder zijn leiding uitgegroeid tot een essentiële fundamentele pijler binnen Perfetti van Melle voor het ontwikkelen van consumentgerichte (categorie) strategieën in alle markten. Het is indrukwekkend om te horen en te zien hoe deze energieke vakman dit heeft opgezet, en tot in detail dit programma heeft uitgewerkt om maximale impact te behalen. Daarvoor heeft hij talloze bruggen weten te slaan binnen de organisatie. Tegelijkertijd staan er al weer innovaties op de rol. Petje af voor deze prestatie van Lucien – des te indrukwekkender binnen de context van een Italiaans familiebedrijf en een klein team.

Lucien is een waardig boegbeeld voor ons vak. We dagen hem uit om zijn ervaring, passie en scherpe visie ook in de toekomst actief te blijven delen met ons, zijn vakgenoten. Deze award is de terechte bekroning op een jaar vol impact en vakmanschap.

Van harte gefeliciteerd, Lucien!

