



Uitslag jurering SAN Next Merkenbouwer 2019

In dit eerste jaar van de SAN Next Merkenbouwer hadden we niet alleen een fantastische longlist met grote marketing talenten maar bleven er in de finale ook drie enorme kanjers over; **Renée Kiesouw** (FrieslandCampina), **Femke Koenen** (Samsung) en **Fleur Osté** (Unilver Andrélon). Drie dames die, elk op hun eigen en overtuigende wijze, op 17 september 2020 presenteerden voor een sterke vakjury onder leiding van **René Repko**. Na intensief beraad heeft de jury Reneé Kiesouw, binnen FrieslandCampina verantwoordelijk voor de merken Parrano en Milner kaas, gekozen als SAN Next Merkenbouwer 2019.

Reneé Kiesouw

‘Renée heeft door de inzet van moderne marketing technieken en agile werken een enorme boost gegeven aan het merk Parrano. Haar intrinsieke drive om de consument te begrijpen, daar met moderne technieken een scherpe strategie op te ontwikkelen, haar aanstekelijke energie om mensen in en extern te enthousiasmeren en mee te krijgen, gecombineerd met een passie voor merk denken en hands on mentaliteit maken **Renée Kiesouw** tot de *eerste SAN Next Merkenbouwer* van het jaar 2019’, aldus de juryleden.

Juryrapport

Renée is de meer dan terechte Next Merkenbouwer 2019. Niet alleen toont ze aan te beschikken over een grote dosis marketing knowhow maar past ze die op onnavolgbare wijze toe binnen FrieslandCampina. Met haar onuitputtelijke positieve energie en gedrevenheid neemt ze je mee in haar overtuigingen en stimuleert zo haar team, zowel in- als extern.

Zo deelt haar intrinsieke motivatie om consumenten te begrijpen door haar teams letterlijk met consumenten aan de pasta te zetten en die gedeelde kennis middels snelle sprints om te zetten in een sterke en ‘evidence based’ strategie en aanpak.

Een vernieuwende manier van werken binnen een grote organisatie als FrieslandCampina die duidelijk haar vruchten afwerpt.

“Ik geloof in het hebben van een ‘growth mindset’ waarbij je gelooft dat talent niet vaststaat, maar dat je door hard te werken vaardigheden kunt aanleren en iedere dag een beetje beter wordt. Test, learn & adapt voor je merk, maar ook zeker voor jezelf. Dat maakt je en je merk pas echt future-proof.” Zegt ze zelf en daar kan de jury het alleen maar mee eens zijn!

