

Juryrapport SAN Next Merkenbouwer 2021

De Braziliaanse schrijver, Paolo Coelho zei: “Talent is a universal gift, but it takes a lot of courage to use it. Don’t be afraid to be the best.”

Nederland barst van het jonge marketing talent. Met de SAN Next Merkenbouwer Accent geven we dit talent een podium en inspireren we het marketing vak.

Ook dit jaar was de jury verrast door de vele voorgedragen merkenbouwers. Jonge mensen die, zoals Paolo Coelho beschrijft, hun talent gebruiken en niet bang zijn om te leren, te luisteren en uiteindelijk de beste te zijn!

Na de voorronde waarin beoordeeld werd op de ingeleverde whitepapers namen tijdens de finale maar liefst 5 finalisten het tegen elkaar op:

Stefan Bothoff (Orderchamp),
Adriaan Hogervorst (Goboony),
Anouk van Huissteden (Coca Cola),
Veronique Visser (Cloetta),
Danique Wildschut (Bertolli).

Vijf kandidaten die, elk met een geheel eigen identiteit en ijzersterk verhaal de juryleden, onder leiding van Retail Expert, René Repko op 9 mei jl. stil kregen. Na intensief beraad heeft de jury besloten dat de titel SAN Next Merkenbouwer 2021 gaat naar Anouk van Huissteden, als senior brand manager in 2021 nog verantwoordelijk voor het merk Fanta.

Anouk van Huissteden

Anouk heeft met haar professionele en warme energie een ijzersterke aanpak van het merk Fanta gepresenteerd. Bijna uit het boekje! Fanta was een merk waar niet alle aandacht naar uitging, declining en stoffig. Aan Anouk om dat te veranderen. Er weer een fris en eigentijds merk van te maken. En dat in één jaar. Door het formuleren van een duidelijke probleemstelling en de vertaalslag te maken naar de verschillende communicatie en verkoop kanalen. Hierbij heeft ze geen enkele stap in de communicatie en support keten onbenut gelaten. Met de #whattheFanta campagne heeft ze alle onderdelen op een strakke wijze verbonden waardoor de doelgroepen een consistente merkbeleving ervoeren. En die doelgroepen hielden, zoals een goed marketeer betaamt, niet op bij de consumenten doelgroepen. Evenzoveel aandacht voor de interne organisatie, de sales teams, handelspartners waardoor ze het maximale uit ieder contactmoment met de consument wist en weet te halen en Fanta weer pal in het schap en in de hoofden heeft weten te krijgen.

Anouk laat zich inspireren door het boek ‘Socrates op Sneakers’. Dit betekent haar nieuwsgierigheid en verwondering aanzetten en juist te focussen op ‘het niet-weten’. Zoals ze zelf zegt.....” Iemand die anders denkt dan ik, daar is een wereld te ontdekken”.

Met die verwondering, haar glorieuze case en haar passie voor merkdenken is zij de terechte

SAN Next Merkenbouwer 2021