

Cookware Company. Bénédicte Van den Driessche behaalde aan de UGent een master communicatiewetenschappen en een master bedrijfseconomie en aan de Vlerick Business School een master general management. Ze startte haar carrière bij Kellogg's en bekleedde nadien in binnen- en buitenland verschillende functies bij Groupon.

BEDRIJVENMARKT



Tim Claes

is directeur sales, marketing en interne communicatie bij het softwarebedrijf RealDolmen. Hij stond in 2014 mee aan de wieg van de transformatie van het bedrijf. Zijn vernieuwde verkoop- en marketingorganisatie werd de hoeksteen voor het commerciële succes van het bedrijf de afgelopen vijf jaar. Die stelde de klant weer centraal en alle onderliggende processen werden daarop afgestemd. Er kwamen digitale platformen om een consistente klantenervaring mogelijk te maken voor de verschillende manieren waarop de klant met het bedrijf in contact komt. Claes werkt ook aan het gevoel van trots van de medewerkers. Als ambassadeurs bepalen zij mee het beeld van het bedrijf bij de klanten. In 2016 werd het merk ook in een nieuw kleedje gestoken. Tim Claes studeerde in 1999 af aan de Universiteit van Antwerpen als handelingeningenieur in beleidsinformatica. Hij begon zijn carrière bij het adviesbureau Axias en groeide er door tot partner. Axias werd overgenomen door Real Software, dat in 2008 samenging met Dolmen. Na een Amerikaans avontuur bij Astadia, keerde hij in 2013 terug naar RealDolmen.



Katrien Van Hecke

is marketingmanager bij Grandeco Wallfashion Group, een van de belangrijkste Europese spelers in decoratieve muurbekleding. Ze kwam in september 2016 bij het bedrijf en werkte sindsdien on-

der meer aan de digitalisering van de activiteiten. Tot dan had het bedrijf daarin nog geen grote stappen gedaan. Orders van klanten kwamen binnen per fax of mail, een tijdrovend systeem. Van Hecke zette een digitaal platform op, waar de professionele klant alles vindt wat hij nodig heeft. Hij kan via het platform bestellingen doen, kijken hoe het staat met de orders en informatie vergaren over de voorraad. Het platform zal ook gekoppeld worden aan andere software in de organisatie, zoals de programma's om de klantenrelaties en documenten te beheren. Katrien Van Hecke was vanaf het begin de trekker van het project. Van Hecke behaalde in 1999 een master marketingmanagement (Ehsal). Ze begon haar loopbaan in 2000 bij de communicatiegroep OlgilvyOne. Van 2006 tot 2016 was ze marketingverantwoordelijke bij Novy, een producent van dampkappen en kookplaten.



Stijn Vander Plaetse

is sinds 2018 vice president sales & channel bij Telenet Business. Hij leidt een team van 150 mensen. Vander Plaetse kwam in 2013 naar Telenet Business en kreeg de opdracht groei te verwezenlijken in de markt van de 'groot- en kleinzakelijke' klanten, een grote en groeiende markt voor de telecomsector. Telenet Business plaatste op de bedrijvenmarkt een 'digitale versnelling', waarmee het Belgische ondernemen helpt hun digitale uitdagingen om te zetten in kansen. Het gaat erom het juiste aanbod te doen op het juiste moment, zonder opdringerige campagnes. Om de herkenbaarheid te verhogen, toont Telenet Business echte ondernemers, geen acteurs. Op een doorgedreven manier ideeën testen en automatiseren wonnen aan belang. Die aanpak leidde tot mooie groeieresultaten en verschillende prijzen. Vander Plaetse behaalde in 1996 een master toegepaste economische wetenschappen (UHasselt) en werkt sinds 1998 in de telecom- en mediawereld. Hij was eerder aan de slag bij Belgacom en was CEO van Certipost en Mplus Group. ©

DE ZES FRANSTALIGE GENOMINEERDEN

Ook aan Franstalige kant zijn twee prijzen te verdelen, waarvoor telkens drie marketing- en salesexperts zijn genomineerd.

In de categorie bedrijven actief in de consumentenmarkt nomineerde de jury **Muriel Bernard, Kim Beyns en Cristina Zanchi**. Muriel Bernard richtte in 2013 eFarmz op, een onlineboerenmarkt met seizoensgebonden lokale producten. Cristina Zanchi is chief consumer officer bij de telecomaandbieder Orange Belgium. Ze was er de architect van de integratie tussen sales en marketing, die bijdroeg tot de goede commerciële resultaten. Kim Beyns is operationeel directeur bij NGroup, het bedrijf achter de succesvolle Franstalige radiomerket Nostalgie en NRJ. Nostalgie heeft sinds een jaar het grootste marktaandeel in Franstalig België.

In de bedrijvenmarkt nomineerde de jury **David Favest, Ronald Gobert en Arnaud Meulemeester**. Ronald Gobert is de CEO van het familiebedrijf Groupe Gobert. De groep, actief in onder meer de bouw- en de transportsector, groeide sterk, mede dankzij een nieuwe communicatie- en marketingaanpak. Wielerliefhebbers kennen het Bergense bedrijf als sponsor van de wielerploeg Wanty-Gobert. David Favest is sinds 2018 directeur business to business bij de mobiliteitsorganisatie Touring, waar hij mee de omslag helpt te maken van een vereniging waarin de auto centraal staat naar een die vertrekt van de verschillende manieren waarop mensen zich verplaatsen. Arnaud Meulemeester is international business & project manager bij Dirty Monitor. Mede dankzij Meulemeester haalde het videobedrijf uit Charleroi wereldwijd klanten binnen voor de video's die het op bekende gebouwen projecteert, bijvoorbeeld bij bedrijfsevenementen.