

Onderzoek naar design thinking bij Nike wint Scriptieprijs

06-11-2017 08:10



Myrthe Montijn is de winnaar van de Vedis Retail Scriptieprijs 2017. De student van TU Delft kreeg de prijs voor haar scriptie 'Data-driven design for emotional engagement, designing a digital interaction for Nike Store'.

Doorslaggevend was volgens de vakjury de combinatie van academische vernieuwing, relevantie en de kwaliteit van de toepassing van design thinking. De jury oordeelde dat de door Montijn ontwikkelde benadering een 'waardevolle bijdrage kan leveren aan de dagelijkse retailpraktijk'. De scriptie vormt volgens de jury 'een handleiding die door iedere retailer kan worden toegepast'. De prijs, een wisseltrofee en een bedrag van drieduizend euro, werd uitgereikt tijdens Retailpoort in Den Haag.

In de jury, die werd voorgezeten door hoogleraar retail & marketing Kitty Koelemeijer, zaten onder meer Etos-directeur Jan Derek Groenendaal en Bart Bijlsma, de winnaar van vorig jaar. Ingezonden scripties zijn onder meer beoordeeld op relevantie voor de praktijk, innovatieve aspecten en originaliteit. Het winnende onderzoek is gekozen uit de drie genomineerden die vorige maand al bekend werden gemaakt.