

Diana Derval remporte le prix Insights Professional of the Year 2026

Diana Derval remporte le prix Insights Professional of the Year 2026, éblouissant le jury avec ses recherches en neurosciences et en exploration spatiale.

AMSTERDAM, NETHERLANDS, July 7, 2026 /EINPresswire.com/ -- Sur les pas des Bleus pendant



Grâce à ses recherches novatrices sur le microbiome/l'influence des hormones et même une excursion dans l'espace, Diana est la lauréate amplement méritée du prix Insights Professional of the Year 2026"

Le Jury des D&IN Awards

cette Coupe du monde, la chercheuse française a conquis le jury et s'est démarquée face à une concurrence féroce. Le verdict officiel est sans appel : « Le jury a été extrêmement impressionné par sa présentation. Elle ose penser différemment, maîtrise l'art de faire des liens et parvient ainsi à des angles surprenants pour résoudre les problèmes de ses clients. Grâce à ses recherches novatrices sur le microbiome, l'influence des hormones, et même une excursion dans l'espace, Diana est la lauréate amplement méritée du prix Insights Professional of the Year 2026, côté agence. » Le jury d'exception était composé de Sandra van Vemden, Stratège en positionnement de marque (Présidente) ; Marloes Flink, Rabobank ; Dennis

Hoogervorst, DPG Media ; Ronnie van Diemen-Teeuwen, Schiphol Group ; Lisanne Janssen Andeweg, Bol ; Brigitte van Buggenum, UWV ; et Onno 't Sas, Samsung.

Diana Derval a décroché ce prix de manière inattendue. C'était sa toute première nomination. Elle venait également de rentrer aux Pays-Bas après avoir étendu [DervalResearch](#) de l'Asie à l'Afrique. Organisé par [D&IN](#) (Data & Insights Network), la principale communauté de data et d'insights du Benelux, le prix Insights Professional of the Year récompense les personnes faisant preuve d'une rigueur analytique exceptionnelle, d'une créativité conceptuelle, d'une excellence en communication, d'un impact sectoriel, d'une motivation constante et d'un leadership inspirant.

Pour les clients de Diana Derval, ses étudiants (MIT, Fudan, ESSEC, IAE Sorbonne) et ses partenaires, cette victoire n'est pas une surprise. Elle réinvente l'industrie depuis plus de deux décennies. Elle se concentre sur les neurosciences pionnières, le machine learning et la recherche à impact.

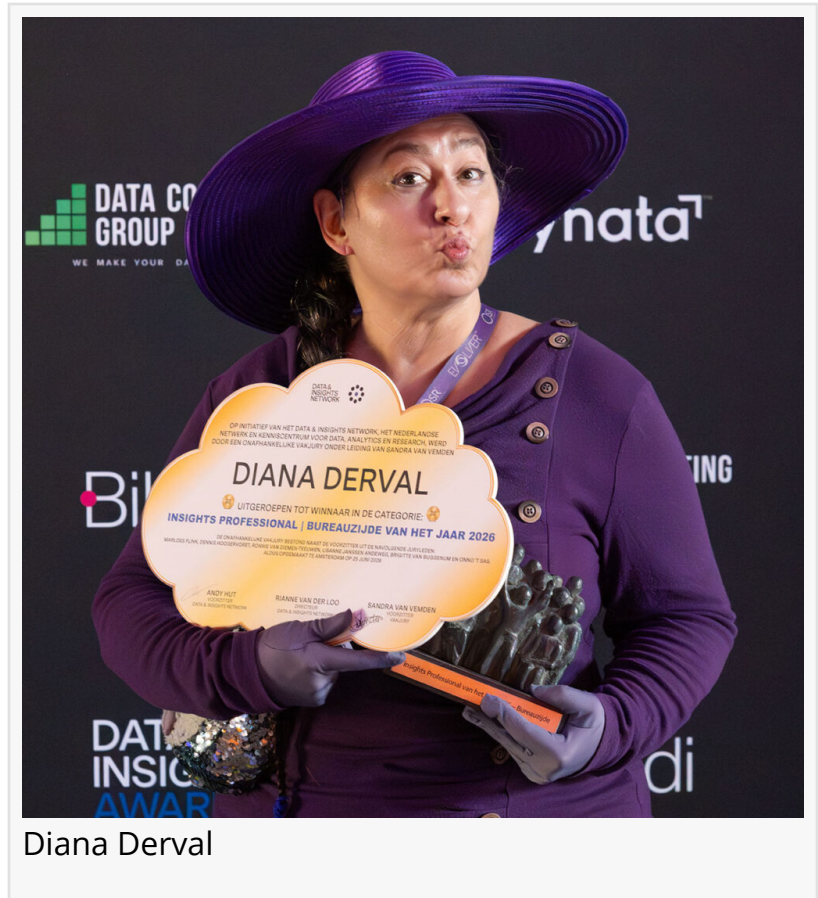
Ce qui distingue véritablement l'entreprise, c'est son approche physiologique unique pour résoudre les mystères marketing. Tout a commencé par une étude en neurosciences sur les

préférences en matière de café qui a non seulement aidé les marques à adapter leurs assortiments aux palais locaux, mais a également déclenché une étude clinique avec les US NIH et l'hôpital OLVG d'Amsterdam, reliant la perception du goût à de nouvelles voies de prévention du diabète de type II. Aujourd'hui, cette méthodologie s'étend de la cartographie des entérotypes du microbiome intestinal pour prédire les comportements des consommateurs, au conseil aux agences spatiales via le département nouvellement créé, Derval Space, sur les facteurs humains en environnements extrêmes. Comme le souligne Diana Derval : « En résolvant des mystères marketing pour les marques, nous découvrons toujours des insights profonds qui ont un impact positif sur la santé et la société. »

DervalResearch vient d'être recertifiée B Corp™, reflétant son engagement profond envers la research for good.

Sylvain Hermange, Responsable projets Mission et Impact à la MAIF, et Ambassadeur de la Communauté des Entreprises à Mission, souligne la profonde influence de Diana Derval. Ayant collaboré avec elle sur plusieurs projets d'innovation, il note : « Notre collaboration avec Diana Derval nous a permis d'explorer une approche de la compréhension client sensiblement différente des cadres marketing traditionnels. Fondée sur les neurosciences et la segmentation physiologique (Hormonal Quotient®), sa méthode apporte un éclairage original sur la perception du risque, les valeurs et les comportements, en complément des segmentations socio-démographiques et attitudeles classiques. Dans le cadre de notre étude, la combinaison d'analyses documentaires approfondies, d'entretiens d'experts de terrain et de modélisation comportementale a permis de produire des personas riches et structurants. Si cette approche innovante peut parfois nécessiter un temps d'appropriation de la part des équipes marketing, elle s'est révélée particulièrement stimulante pour questionner nos certitudes, enrichir la réflexion stratégique et ouvrir de nouvelles pistes d'innovation centrées sur l'humain. »

Lorsqu'elle ne mène pas de recherches de pointe pour des marques leaders et des entreprises innovantes, Diana Derval aime partager son expertise. Elle enseigne les neurosciences au MBA Marketing et Communication Santé de l'IAE Sorbonne et le marketing international au CIEE Amsterdam. Elle est également l'auteure de 12 livres en anglais, français et chinois. On y retrouve notamment "[The Right Sensory Mix](#)", finaliste de l'AMA Berry Award et recommandé



Diana Derval

par Philip Kotler.

Cette chercheuse hors pair excelle dans l'art de révéler des connexions entre des informations apparemment éloignées. Le résultat : des insights à la fois robustes et inhabituels. Elle transmet également cette passion via des masterclasses et des ateliers fascinants, poussant les leaders aux frontières de l'innovation. Experte en innovation de rupture, Virginie Bellière-Baca, PhD, SVP, Global Head Technology and Innovation, Chemtech Division chez Sulzer, se souvient comment Diana Derval a fait réfléchir son équipe sous un angle nouveau : « Diana Derval est une leader visionnaire en insights qui transforme la curiosité en découverte et la science en inspiration centrée sur l'humain. Sa brillante pensée conceptuelle, fruit de décennies de recherche, prend vie à travers des récits et des insights qui touchent véritablement les gens et ouvrent de nouvelles perspectives. Diana apporte au secteur une chaleur et une ouverture rares, toujours tournée vers l'extérieur pour relier idées, cultures et disciplines d'une manière à la fois novatrice et profondément humaine. Sa persévérance et sa passion sont contagieuses : elle élève les autres, suscite leur enthousiasme et unit les équipes autour d'ambitions audacieuses et partagées. Diana ne se contente pas de diriger ; elle encourage, dynamise et transforme. »

Pour en savoir plus et comprendre pourquoi Diana Derval a remporté ce prix, visitez dervalresearch.com. Explorez tous les tests disponibles. Essayez le Microbiot® ou le Hormonal Quotient®. Vous pouvez également passer le Derval Color Test, un test viral déjà réalisé par 15 millions d'utilisateurs à travers le monde.

Les prochaines étapes pour Diana Derval incluent le lancement de la plateforme de neurosciences et de machine learning de DervalResearch. Elle aide les marques à vérifier la cohérence de leurs produits, à identifier les véritables variables explicatives et à prédire les priorités du marché.

Prof. Diana Derval, PhD
DervalResearch
+31 6 44349220
[email us here](#)

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/923305842>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2026 Newsmatics Inc. All Right Reserved.