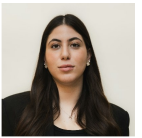


# Yasmine El Idrissi

Junior Marktonderzoeker

Amsterdam, Nederland  
yasmine.elidrissi@email.nl  
+31 6 01 23 45 67  
linkedin.com/in/yasmineelidrissi



Afgestudeerde Communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam met een specialisatie in consumentengedrag en kwantitatief onderzoek. Tijdens mijn afstudeerstage bij Kantar Netherlands heb ik meegewerkt aan 4 omnibusonderzoeken voor FMCG klanten met elk meer dan 1.000 respondenten. Ik zet complexe dataverzamelingen om in heldere inzichten die marketingteams helpen betere beslissingen te nemen.

## Ervaring

Kantar Netherlands

Jan 2025 – Jul 2025

- Meewerken aan 4 omnibusonderzoeken voor FMCG klanten met elk meer dan 1.000 respondenten per golf
- Analyseren van consumentenpaneldata in SPSS en rapporteren van bevindingen in PowerPoint presentaties voor 3 klanten
- Opstellen van vragenlijsten voor 2 ad hoc onderzoeken en pretenderen van vraagvertalingen in samenwerking met een senior researcher
- Bijdragen aan een nieuw dashboard format in Excel dat de rapportagetijd voor standaardstudies met 25% reduceerde

Ipsos I&O

Mrt 2023 – Jan 2025

- Afnemen van gemiddeld 20 telefonische onderzoeksinterviews per week voor politieke peilingen en klanttevredenheidsonderzoeken
- Behalen van een responspercentage van 72%, boven het teamgemiddelde van 65%

## Opleiding

### Diploma

Sep 2023 – Jul 2025

Specialisatie Persuasieve Communicatie. Masterscriptie over framingeffecten op merkperceptie bij Gen Z consumenten, beoordeeld met een 8,0.

### Diploma

Sep 2020 – Jul 2023

## Vaardigheden

[object Object] • [object Object] • [object Object] • [object Object] • [object Object] • [object Object] • [object Object] • [object Object]

## Certificaten

## Talen

Nederlands (moedertaal) • Engels (vloeiend) • Frans (goed) • Arabisch (goed)

## Projecten

Zelfstandig uitgevoerd kwalitatief onderzoek voor een Amsterdamse startup in de foodsector. Uitgevoerd 8 diepte interviews en 2 focusgroepen met de doelgroep 25 tot 40 jaar. Het eindrapport werd gebruikt voor de herpositioneringsstrategie van het merk.