

Ontwikkeling

# D De drie W's van Karnika Goel

Een hoop lawaai. Heel veel blokjes krioelen over een beeldscherm. Langzaam wordt de rode lippenstift op haar mond duidelijk. Dat ben ik! Dat ben ik! wil ze het uitschreeuwen. En als de afbeelding compleet is, zien ook de mensen in de zaal dat **Karnika Goel (26)** gewonnen heeft. De geboren Indiase woonde een deel van haar jeugd in Antwerpen, studeerde in Rotterdam, werkte elf maanden geleden nog in Hongkong, en is nu in de Rijtuigenloods in Amersfoort uitgeroepen tot het Communicatie Talent van 2011.

Een uur later heeft ze zich herpakt; is ze kalm en beheerst in haar uitspraken. Even eervol als bijzonder vindt ze het deze titel te winnen. Ze volgde namelijk de mastersopleiding Business Administration aan de Rotterdam School of Management; geen communicatie. Toch staat ze hier vandaag. Uit een ijzersterk deelnemersveld gekozen tot de meest veelbelovende jonge communicatieprofessional van dit jaar. Volgens haar glunderende ouders omdat ze een doel heeft in haar leven en in haar werk. Zij hebben hun dochter altijd gesteund en zijn trots op wat ze nu bereikt heeft. 'Wij geloofden altijd al in haar talenten', straalt haar vader. 'En ik vind het een grote eer dat ze vandaag als het ware een stempel van goedkeuring krijgt van de experts in dit vak. Het is een heel speciale dag voor ons.'

De kersverse laureaat lacht verlegen, zoals het hoort wanneer je ouders zo openlijk trots op je zijn. Dan vertelt ze hoe ze op dit punt gekomen is. 'Tijdens mijn studie werkte ik bij TNO. Ik zat bij de divisie die zich bezighoudt met de ontwikkeling van onder meer smartcards, die te vinden zijn in bankpassen en de ov-chipkaart.'

Als ze aan haar scriptie begint, komt ze in contact met Philips. Een week later heeft ze een baan



bij de producent van consumentenelektronica in Amsterdam. En na negen maanden wordt haar een promotie aangeboden; in Singapore of Hongkong. Ze kiest voor de laatste op basis van de producten die er vervaardigd worden. 'Accessoires voor apparaten die we *music on the go* noemen. Vooral accessoires van Appleproducten als de iPod.'

#### Levendig

Techniek dus. Dat is de rode draad in het werk van Goel. Want ook haar huidige werk klinkt de meesten van ons waarschijnlijk nogal technisch in de oren. Ze is Senior Communications Officer voor enzymen bij DSM Food Specialties. De wereldwijde externe communicatie loopt via deze jonge, krachtige vrouw. Haar ogen beginnen te glimmen zodra ze over haar werk praat: 'Enzymen zitten in al ons eten, dus iedereen is er elke dag mee bezig. Dit raakt de mensen op fundamentele wijze. Enzymen maken ons brood zacht, geven textuur aan onze kaas en zorgen ervoor dat we beter in staat zijn ons eten te verteren. Toen ik elf maanden geleden binnenkwam bij DSM was de communicatie vooral producttechnisch.'

Daar brengt ze in een paar maanden tijd radicaal verandering in. 'Ik wilde enzymen levendig maken. DSM is altijd een betrouwbaar bedrijf geweest maar sprak weinig tot de verbeelding. Dat is aan het verschuiven door ons nadrukkelijk op de klant te richten. Wij laten zien wat we doen; hoe enzymen het dagelijks leven kleur geven.' Ze geeft een voorbeeld: 'Mensen in Azië kunnen gewone melk niet verteren door een natuurlijke barrière in hun spijsvertering. Onze enzymen in melk zorgen ervoor dat de voor hen onverteerbare suikers afgebroken worden. Zo kunnen ze toch melk drinken en kunnen hun kinderen genieten van een ijsje. Dat is toch prachtig?'

#### De 3 W's van Karnika

Wat haarzelf bijzonder maakt als communicatieprofessional? Het is een vraag waar ze niet lang over nadenkt. Geduld, stelt ze zelfverzekerd. 'Ik heb het geduld mensen eerst werkelijk te begrijpen voordat ik communiceer. Communiceren is niet alleen de woorden, het is ook de emotie die daarachter schuilt.'

Ze vergelijkt het met relaties. Ontmoet je iemand die je beter wilt leren kennen dan investeer je in het contact. Dan wil je ontdekken hoe diegene in het leven staat, welke dromen hij heeft en waarom. 'Doe je dat goed, dan kun je na een tijdje een cadeau kopen voor de verjaardag van die persoon dat écht aansluit bij diens beleavingswereld.'

'Ik kom  
oorspronkelijk  
niet uit de  
communicatie maar  
ik voel me  
hiermee  
geaccepteerd'



Ook in haar communicatie draait het om emoties. 'Je moet andere mensen begrijpen. Het is niet alleen wat je aan de oppervlakte ziet, het gaat om de diepere laag. Blijf vragen stellen tot je het juiste antwoord hebt. Vraag door, zo leer je mensen kennen. Voor dat doorvragen heeft ze een eigen mantra: what, why and wow – de 3 W's van Karnika. 'Iedereen heeft een droom, een doel en de bijbehorende emoties. Wat is dus je doel, waarom streef je juist dit na en wat doe je om dat te bereiken? Wat is het wow-moment; je *desired endstage*? Je kunt mensen bereiken door in te zoomen op hun behoeften.'

Ze past het elke dag toe in haar werk en daarmee weet ze behoorlijk technische en complexe zaken begrijpelijk voor het voetlicht te brengen. Gewoon door de factoren mens en emotie toe te laten in het werk.

#### Geaccepteerd

Het was haar direct leidinggevende Saskia Nuijten die Goel aanmelde voor de verkiezing van Communicatie Talent. De prijs is bedoeld om jong talent een podium te bieden en vanuit een eigen visie een impuls te geven aan de ontwikkeling van het vak. Wie de prijs wint is een talent dat een aantoonbare en effectieve bijdrage levert aan communicatie en een voorbeeld is voor vakgenoten.

Nuijten: 'Naar mijn mening is dit een omschrijving van Karnika. Toen ik van deze verkiezing hoorde, wist ik direct dat ze hoge ogen zou gooien.' Goel zelf vindt het een hele eer voorgedragen te worden. 'Saskia heeft vertrouwen in me en laat me ontdekken hoe wij als bedrijf ons doel kunnen bereiken. Met haar nominatie geeft ze aan dat mijn aanpak waarde heeft voor DSM Food Specialties en voor ons vak. Dat ik vervolgens zo ver kom, dat ik me hier ten overstaan van 250 experts kan verdedigen, is een geweldige ervaring. Ik kom oorspronkelijk niet uit de communicatie maar ik voel me hiermee geaccepteerd.'

Goel toont aan dat (marketing)communicatie een centrale positie kan hebben in een bedrijf en dat het inhoud geeft aan het doel van een bedrijf. Ze weet zelf heel goed waar ze naartoe wil en hoe ze DSM daarin mee kan krijgen. 'We kunnen samen groeien; ik, mijn collega's en het bedrijf. Ik probeer mezelf en de mensen om mij heen te inspireren. Het is heerlijk als dat lukt.'

Dat ze nu Communicatie Talent van het jaar is, zal haar daarbij helpen, gelooft ze stellig. 'Met deze titel ben ik in staat het vak communicatie echt te gaan leren. Daarmee kan ik mijn eigen positie en functioneren verder versterken. En zo komt mijn wow misschien ook dichterbij: een verschil maken in deze wereld. Maar wat dat verschil is? Dat weet ik niet. Misschien was het vandaag wel.'

*Sander Grip is freelance bedrijfsjournalist en hoofdredacteur van C. Maurits van Hout is freelance fotograaf en werkt onder meer voor C.*