



สุดยอดเทคนิคที่เปลี่ยนคำพูดให้เป็นดังลูกธนู
เฉียบคม ตรงเป้า ลีอกความสำเร็จได้ด้วยตัวเอง

หนังสือขายดี
ยอดขายทะลุ
360,000 เล่ม
ในญี่ปุ่น

1 นาที

1
分
で
話
せ

THE ART OF
PRESENTATION
BOOK

ฟรีเชนส์ ให้โลกจำ

อิโต โยอิจิ

ผู้เผยแพร่แนวคิดธรรมองค์กร (Corporate Evangelist)

ของบริษัท Yahoo Japan Corporation

และ อธิการบดีสถาบัน Yahoo! Academia

อิศเรศ ทองปัสโนว์ แปล

ลองเปรียบเทียบ 2 ข้อความต่อไปนี้ดูนะครับ



คลิกสั่งซื้อได้ที่นี้



@booktime

ผลิตภัณฑ์นี้คล้ายกับผลิตภัณฑ์ที่คุณ 00 เคยดูแลอยู่นะครับ มีผู้หญิงวัย 30 ปีเป็นกลุ่มเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์ที่คุณ 00 ดูแลอยู่นั้น ก็ขายได้พอสมควร แต่คิดว่ายังไงๆ ก็ควรจะผลิตออกมาให้แตกต่างกัน เอาละครับ ผมคิดว่าจะใช้ภาพของคุณ 00 นักวาดภาพประกอบ ที่โด่งดังในทวิตเตอร์บนบรรจภัณฑ์ เพื่อสร้างความแตกต่าง ดูเหมือนว่าเมื่อก่อนคุณ 00 จะเคยใช้ผลิตภัณฑ์นี้ด้วย แล้วก็เคยแนะนำในอินสตาแกรมของตัวเอง เลยคิดว่าน่าจะได้รับผลตอบรับที่ดีราว 80 เปอร์เซนต์

อีกประเด็นหนึ่งที่เรากำลังกังวลกันไว้ตั้งแต่ครั้งก่อน ที่ว่าทำอย่างไร กลุ่มลูกค้าจะมีภาพลักษณ์ต่างไปจากครั้งก่อน ให้ความรู้สึกแปลกใหม่ ในครั้งนี้เลยอยากจะลองเพิ่มกลุ่มลูกค้ารักสุขภาพเข้าไปด้วย ใส่ส่วนผสมที่ผ่านการรับรองจากสถาบันวิจัย เพื่อให้ผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ เลือกซื้อหา

แล้วลองมาดูข้อความต่อไปนี้กันนะครับ

ผลิตภัณฑ์นี้มีพื้นฐานมาจากผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเราจำหน่าย
มายาวนาน นำมาปรับปรุงบรรจุภัณฑ์เสียใหม่ ปรับส่วนผสมให้
ดีขึ้น เพื่อมุ่งเพิ่มยอดขายในกลุ่มลูกค้าสตรีวัย 30 ปีครับ

เป็นอย่างไบ้างครับ ข้อความไหนเข้าใจง่ายกว่ากัน
และคุณอยากจะฟังข้อความไหนมากกว่ากัน

แน่นอนว่า ต้องเป็นข้อความหลังใช้ไหมครับ

บางคนอาจจะคิดว่า “อ้าว! เป็นเรื่องปกติอยู่แล้วไม่ใช่หรือ”

แต่เท่าที่ผมพบเห็นมา คนร้อยละ 95 ไม่อาจสื่อความหมายถึงอีกฝ่ายได้ เพราะไม่อาจตัดทอนเรื่องที่ไม่จำเป็น ช้ำยังไม่รู้ว่าเป็นเรื่องไม่จำเป็น

บอกตรงๆ ว่าเป็นเรื่องที่น่าเสียดาย

หากตัดทอนเรื่องที่ไม่จำเป็นออกไป พูดให้กระชับ ข้อเสนอแนะนั้นอาจจะผ่านก็ได้

หากย่อรายงานให้สั้นลงได้ หัวหน้าจะทำงานง่ายขึ้น คุณเองก็อาจจะได้รับความเชื่อถือมากขึ้น

หากฝากข้อมูลสั้นๆ และเหมาะสมไว้ในความทรงจำของอีกฝ่าย ก็อาจได้รับการยอมรับจากผู้บริหารที่ไม่ได้เข้าพบง่ายๆ พร้อมกับได้รับโอกาสครั้งเดียวในชีวิตก็เป็นได้

ทั้งที่เป็นเรื่องสำคัญขนาดนั้น แต่ทุกคนกลับทำได้ไม่ดีเอาเสียเลย ผมคิดว่าเป็นเรื่องช่วยไม่ได้ เพราะไม่มีหนังสือคู่มือที่เหมาะสม หนังสือ “การสนทนาอย่างมีเหตุมีผล” หรือ “การนำเสนอผลงาน” ที่มีอยู่ในท้องตลาดนั้น ก็ยังขาดอะไรบางอย่าง

ผมจึงเขียนหนังสือเล่มนี้ขึ้นมา เพื่อถ่ายทอด “หลักการ” พูดเมื่อคุณได้อ่านแล้ว คงจะรู้สึกว่ “ไม่น่าเชื่อเลยว่า ตัวเองจะพูดเก่งขึ้นหลายเท่าตัวด้วยเรื่องแค่นี้”

คำนำ

ผมเคยเป็นคนที่พูดไม่เก่งเอาเสียเลย

ผมทำงานมานาน 28 ปี ปัจจุบันเป็นอธิการบดีของมหาวิทยาลัย
ภายในองค์กร (Corporate University) ชื่อ ยาฮู อคาเดเมีย (Yahoo
Academia) และจัดการบรรยายต่างๆ มากมายในฐานะที่ปรึกษาโปรแกรม
เร่งรัดพัฒนา ตลอดจนให้คำแนะนำเรื่องการนำเสนอผลงาน และมอบ
ความรู้แก่นักธุรกิจ ในฐานะวิทยากรรับเชิญที่มหาวิทยาลัยธุรกิจโกลบิส
(Globis University)

ตอนนี้แหละที่ผมได้ทำงาน “พูด” และ “นำเสนอผลงาน” อย่าง
จริงจัง แต่สมัยที่เรียนจบมาใหม่ๆ ผมทำงานที่ธนาคารอุตสาหกรรมญี่ปุ่น
อยู่หลายปี การนำเสนอผลงานเป็นเรื่องที่ผมอ่อนด้อยที่สุด เวลานำเสนอ
แผนงานให้ผู้ใหญ่ในบริษัท หรือตอนที่ต้องอธิบายแผนปฏิบัติงานให้แก่
ผู้เกี่ยวข้องในที่ประชุม ผมมักจะเครียดจนอยากจะหนีไปให้พ้นๆ แม้จะ
เตรียมตัวล่วงหน้ามาแล้ว แต่ก็อธิบายได้ไม่ราบรื่น พอถูกถามขึ้นมากลาง
คัน ก็มักจะนั่งอึ้งไปแทบทุกครั้ง

“เรื่องที่คุณพูดมา ไม่เห็นจะเข้าใจเลยสักนิด”

โดนติแบบนี้อยู่บ่อยๆ

กว่าผมจะตระหนักถึงปัญหา จนต้องหันมาปรับปรุงวิธีพูด ก็เมื่อตอนที่เรียนรู้อิสระสร้าง “เรื่องราว” ในชั้นเรียนของมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย

คนที่คุยกับคนอื่นแล้วสื่อสารกันไม่เข้าใจ น่าจะใช้วิธีพูดแบบนี้

“เมื่อวานหัวหน้าฝ่ายก็พูดไปแล้วนะครับ ในที่ทำงานมีปัญหา เรียกว่า ปัญหา B ผมก็เลยอยากจะทำแบบนี้ แต่คุณ C มีความเห็นต่างออกไป...”

และเมื่อเป็นเช่นนี้ แทนที่จะเล่าเรื่องราว กลับเป็นเอาข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นของตัวเองมาปนกัน ทำให้พูดเรื่อยเปื่อย และเสียเวลาคูยกันยืดยาว แถมคู่สนทนาก็ไม่รู้ด้วยว่า อะไรคือหัวข้อสำคัญกันแน่

หากจะคำนึงถึงเรื่องราว คุณต้องคิดให้ชัดเจนว่า “อะไรสำคัญ” และ “จะพูดให้อีกฝ่ายเข้าใจได้อย่างไร” นั่นแหละ จึงจะสรุปคำพูดลงให้เข้าใจกันได้ภายใน 1 นาที (ซึ่งหากจะทำจริงๆ ก็ไม่ใช่เรื่องยาก กรุณาอ่านต่อในเล่มนะครับ)

ผมนำการเรียนรู้นี้ไปใช้ในที่ทำงาน พร้อมกับขัดเกลา “ทักษะการพูด” ไปทีละน้อย

จุดเปลี่ยนของชีวิตผมคือ การสมัครเข้าร่วม “ซอฟต์แวร์แบงก์ อคาเดเมีย”(SoftBank Academia) เพื่ออบรมผู้สืบทอดของท่านประธานมาซาโยชิ ชง ซึ่งเป็นโครงการที่มาจากแนวคิดของเขาเอง อันที่จริง ผมไม่ได้สนใจบริษัทซอฟต์แวร์แบงก์ หรือตัวท่านประธานชงเป็นพิเศษ แต่เพราะคัดเลือกผู้สมัครทั้งหมดด้วย “การนำเสนอผลงาน” และท่านประธานชงยืนยันว่า “ผมจะเป็นคนตัดสินการนำเสนอผลงานเพื่อคัดเลือกรอบ

สุดท้ายเอง” ผมก็เลยสมัครด้วยเหตุผลง่ายๆ ว่า “อาจจะได้พบนักบริหารที่เก่งกาจโด่งดังขนาดนั้น” และ “ท่าทางจะน่าสนใจ”

การคัดเลือกใช้การนำเสนอผลงาน 3 รอบด้วยกัน รอบแรกกับรอบสองนั้น ผู้บริหารของซอฟต์แวร์แบงก์เป็นกรรมการ ซึ่งผมก็ผ่านฉลุยเข้าไปสู่อันดับสุดท้ายเพื่อนำเสนอผลงานต่อหน้าท่านประธานฯ แล้วก็ผ่านการคัดเลือก จึงนึกคิดว่า อ้าว! หรือว่าฉันนำเสนอผลงานเก่งแล้ว

หลังผ่านการคัดเลือก ผมเข้าร่วมแข่งขันนำเสนอผลงานครั้งแรกซึ่งต้องนำเสนอผลงานต่อหน้าท่านประธานฯ ผู้บริหารซอฟต์แวร์แบงก์ และนักศึกษาคนอื่นๆ ของอคาเดเมีย แล้วคว้าที่สองจากผู้เข้าแข่งขันทั้งหมด ผู้เข้าแข่งขันคนอื่นๆ ต่างชมเปาะว่า “นำเสนอผลงานได้เยี่ยมไปเลย!” “เก่งมากๆ!” ที่สำคัญ ท่านประธานฯถึงกับวิจารณ์ว่า “น่าสนใจจริงๆ อยากลองให้โอกาส!” เป็นประสบการณ์ที่น่ายินดีครับ และที่ประทับใจเป็นพิเศษคือ การตระหนักว่าตัวเองมี “ทักษะการพูด” จนทำให้ใครต่อใครคิดว่า “สนุกจริงๆ!”

ผมตั้งใจถ่ายทอดทักษะทั้งหมดของตัวเองที่สั่งสมมาในหนังสือเล่มนี้อย่างไม่มีกั๊ก เป้าหมายของหนังสือเล่มนี้คือทำให้ “ทักษะการพูด” กลายเป็นเรื่องที่ฝึกฝนได้ง่ายที่สุดในโลก และสร้างความน่าอัศจรรย์ที่สุดในโลก

เอาละครับ มาทำความรู้จัก “วิธีพูดโน้มน้าวใจ” กันเถอะ

กุมภาพันธ์ 2018
อิตो โยอิจิ

สารบัญ

คำนำ 005

ผมเคยเป็นคนที่พูดไม่เก่งเอาเสียเลย

บทนำ 013

สิ่งที่ควรคำนึงใน “การพูด”

การ “โน้มน้าวใจ” สำคัญกว่าการนำเสนอผลงานเก่ง

บทที่ 1 021

STEP 1 ปัจจัยพื้นฐานของการ “พูด”

- ผู้ฟังเป็นใคร สนใจเรื่องอะไร
- เป้าหมายคืออะไร แค่ว่า “อยากให้เข้าใจ” ไม่นับว่าเป็นเป้าหมาย
- สุดท้ายคือ โน้มน้าวใจ เป้าหมายไม่ได้อยู่ที่ “คำพูดสวยๆ”

บทที่ 2 035

STEP 2 พูดใน 1 นาที

สร้างตรรกะที่สมองชักเข้าใจได้

- คุณกำลังทำตัวเป็นพิธีมิดยอดด้นอยู่หรือเปล่า
คิดเรื่องราว 1 นาทีที่สมเหตุสมผล
- การคิด = การชี้นำไปสู่ข้อสรุป ข้อเท็จจริงหรือข้อมูลไม่ใช่ข้อสรุป

- หลักการสนับสนุนแค่ 3 อย่างก็พอแล้ว

วาง “โครงสร้าง” ร่วมกันของพระมิต

- หากความหมายเชื่อมโยงกันได้ก็ถือว่า “มีตรรกะ”

พูดใน 1 นาที โดยปราศจากความเข้าใจผิด

- คำว่า “โดยพื้นฐานแล้ว” ไม่จำเป็น

จะตัดทอนคำพูดที่ไม่จำเป็นได้อย่างไร

- ไม่ต้องพูดถึงความขยันของตัวเอง! 4 เรื่องที่พูดแล้วสื่อกันไม่ได้

- เวลาที่สื่อไม่ได้ ให้เตรียมเงื่อนไขเบื้องต้นเอาไว้

บทที่ 3

STEP 3 ให้ “ชัดเจนและเรียบง่าย” ไว้ก่อน

เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ฟังหลงทาง

077

- “ชัดเจนและเรียบง่าย” เพื่อให้อีกฝ่ายตั้งใจฟัง
- ไม่ว่าจะเป็นคำพูดหรือสไลด์ กฎเหล็กคือต้องให้ “ชัดเจน”
- เรียบง่าย ใช้เฉพาะถ้อยคำที่เด็กมัธยมต้นก็เข้าใจได้

บทที่ 4

STEP 4 โน้มน้าวใจภายใน 1 นาที

กระตุ้นสมองซีกขวา ให้จินตนาการตาม

095

- เพียงแค่พูดถูกต้อง ยังไม่อาจโน้มน้าวใจได้
- ถ้ากระตุ้นให้คนนึกภาพได้ จะสร้างความรู้สึกหวั่นไหว
- 2 สิ่งที่ต้องกระทำเพื่อให้อีกฝ่ายนึกภาพในหัวออก
- มาสร้างพระมิต 3 ชั้นกันเถอะ พระมิต 3 ชั้น :
“ข้อสรุป” “หลักการสนับสนุน” “ตัวอย่าง”
- “ลองจินตนาการดูสิ” เพื่อสร้างภาพเข้าไปในหัวผู้ฟัง

บทที่ 5

STEP 5 โน้มน้าวใจใน 1 บท

119

- ห่อหุ้มด้วย “หนึ่งคำสุดยอด”
- “ไต่พระหว่างไฉฟ์” การนำเสนอผลงานก็เหมือนศิลปะ
- สร้าง “ลิตเติลซอนดะ” พุดใน “ฐานะของอีกฝ่าย” ได้หรือไม่
- “อภิปัญญา-การรู้คิด” (Metacognition) เป็นทักษะที่นักธุรกิจมือฉมังมีร่วมกัน
- การเจรจาต่อรอง และการติดตามงานภายหลัง ล้วนแต่มีความสำคัญ

บทที่ 6

รู้รูปแบบ “วิธีพุด” เอาไว้หน่อย

141

- แบบ SDS ที่ขนาดด้วยข้อสรุป
- ใช้ PCSF เพื่ออธิบายนวัตกรรมใหม่ๆ
- คุณมีคำพุดที่อยากจะบอกหรือเปล่า
- โน้มน้าวใจให้ได้เท่านั้น

บทที่ 7

บทประยุกต์

155

- “ในที่ประชุม” พอถูกถามความเห็นอย่างกะทันหันแล้วนิ่งอึ้ง คิดอะไรไม่ออก

ลองหาตัวอีกฝ่ายจะถามอะไรหรือเปล่า • ในการประชุม การยึด “จุดยืน” เป็นเรื่องสำคัญ • ปะทะความเห็นกับผู้หลักผู้ใหญ่จะดีหรือไม่ •

จะอย่างไรกับหัวหน้าที่ชอบปฏิเสธเวลาที่เราให้ความเห็น • วิธีที่ช่วยให้ได้พูด โดยไม่จำเป็นต้องยกมือ

- “นำเสนอผลงาน” ไม่รู้สีกว่าอีกฝ่ายกำลังรับฟังสิ่งที่ตัวเองพูด

แค่พูดเสียงดังก็แก้ปัญหาไปได้ 70 % • ถ้าคำพูดมีความรู้สึก โทนเสียงก็จะเปลี่ยนไปโดยอัตโนมัติ • ถ้าแค่เสียงดังเฉยๆ ก็ไม่มีความหมาย • แค่ “มีตรรกะ” เท่านั้นยังไม่ถึงผู้ฟัง • จะหันหน้าพูดกับใคร • ถ้าเข้าใกล้ผู้ฟังแล้ว ก็จะสร้างความรู้สึกว่าเป็น “พวกเรา” ขึ้นได้ • ลูกขึ้นออกเสียง ผึกซ้อมครั้งแล้วครั้งเล่า เท่าที่เวลาจะอำนวย

- “การเสนอเรื่องกับผู้ใหญ่” ไม่ใช่การนำเสนอผลงาน แต่จงใจให้เป็นการ “สนทนา”

ร่วมกันสร้าง “พีระมิด” ของหัวหน้าและตัวเราเอง • ถ้าสร้างพีระมิดได้ ก็ภูมิสิทธิ์ผู้นำในการพูดคุย • ใช้คำว่า “พวกเรา” แม้กับผู้ตำแหน่งสูงกว่า • แล้วเวลาที่ความเห็นไม่ตรงกันล่ะ • ดึงคำพูดของหัวหน้าออกมา

- “การคุยธุรกิจกับคู่ค้า” ไม่ใช่การนำเสนอ แต่สร้างความเชื่อมั่นใน “การแก้ปัญหา”

จะเน้นความสำคัญอะไรก่อนดี • เพื่อให้ได้มาซึ่งความเชื่อมั่น

- “การอำนวยความสะดวกการประชุม” ใส่ใจเรื่องการขยายและการกระชับ

กำหนดเป้าหมาย • อย่าขึ้นนำข้อสรุป • ต้องเตรียมการล่วงหน้า

สิ่งที่ควรคำนึงใน “การพูด”

การ “โน้มน้าวใจ” สำคัญกว่า
การนำเสนอผลงานเก่ง

คุณนำเสนอผลงานโดยใส่ความมุ่งมั่นลงไปเต็มที่ คุณมั่นใจในเนื้อหา มีประเด็นมากมายที่อยากอธิบาย พูดคุยอย่างสิ้นไหลไม่มีสะดุด และนำเสนอผลงานได้อย่างน่าพึงพอใจจนแทบจะตะโกนในใจว่า “สำเร็จแล้ว!” แต่ทันใดนั้น ผู้ฟังกลับเอ่ยว่า “แล้ว...หมายความว่าอย่างไร”

หรือตอนคุณนำเสนอผลงานต่อหน้าประธานบริษัทกับผู้บริหาร อุตส่าห์ตั้งอกตั้งใจเตรียมพร้อมมาเต็มที่ แต่พอถึงเวลาเข้าจริงๆ เจอบรรยากาศที่แตกต่างออกไป ก็ถึงกับเกร็งจนไปต่อไม่เป็น

พอเงยหน้าอีกที เห็นผู้บริหารพลิกดูเอกสารทำหน้าแข็งๆ กำลังใจก็หดหายเอาดื้อๆ

บางคนคงเคยเจอประสบการณ์แบบนี้มาบ้างใช่ไหมครับ (จริงๆ แล้ว ผมก็มีประสบการณ์ทำนองนี้เพียบเลย)

80 % ของเนื้อหาที่คุณพูดไป คนอื่นไม่ได้รับฟัง

ความเข้าใจผิดของคนโดยทั่วไป คือ

“ถ้าฉันพูดในสิ่งที่ตัวเองอยากจะทำแล้ว คนอื่นจะรับฟังเอง”

ในโรงเรียนหรือในบริษัท ก็มักจะสอนแบบนี้

“มีคนกำลังพูดอยู่ต่อหน้าพวกเรา จงตั้งใจฟังเงี่ยๆ นะทุกคน”

แต่ในความเป็นจริงแล้ว เป็นอย่างไรละครับ (แม้แต่ตัวคุณเองก็เถอะ ได้ฟังหรือเปล่า)

เรื่องแรกที่ยากจะให้คุณตระหนักไว้คือ *ขณะผู้พูด มีเนื้อหาถึงร้อยละ 80 ที่เราไม่ได้ฟัง*

หากอยู่ในสถานการณ์บังคับอย่างระหว่างการประชุม หรือตอนประชุมเข้าก่อนเริ่มงาน คุณอาจจะต้องฝืนใจฟัง อย่างไรก็ตาม ต่อให้คุณตั้งใจฟังแค่ไหน นานๆ ไปก็คงเหม่อ ใจลอยคิดไปเรื่องอื่นกันบ้าง (เช่น ถ้าหากตอนนั้นฝนตกอยู่ ก็จะคิดว่า “อู๊ย แล้วผ้าที่ตากไว้จะเป็นไงบ้างเนี่ย” เป็นต้น)

ถ้ามองเห็นความคิดของผู้ฟังได้ละก็ คงเจอความคิดสัพเพเหระอย่าง ง่วงวิ้งบ้างละ น่าเบื่อบ้างละ หนาวจ้งเลยบ้างละ หรือเมื่อไรจะจบชะที่นั่นบ้างละ

แต่ให้คิดเสียว่าเป็นเรื่องธรรมดา

ต่อให้เรานำเสนอผลงานเก่งแค่ไหน ไม่มีทางหรอกที่ผู้ฟังจะเข้าใจเรื่องที่เรารู้ไปทั้ง 100 %

แม้แต่ตัวผมเอง ถึงจะได้รับคำชมว่า “การนำเสนอผลงานของคุณโอ้โตะเข้าใจง่าย” หรือ “โดนใจจริงๆ” แต่จนบัดนี้ก็ยังมียูฟังที่ไม่เข้าใจจุดสำคัญที่เน้นย้ำบ้าง หรือตั้งคำถามเรื่องที่ “เพ่งพูดไปหยกๆ” บ้าง หรือเข้าใจเรื่องที่สื่อไปผิดพลาดบ้าง

ดังนั้น ต่อให้ผู้ฟังจะตั้งใจฟังอย่างชื่นชม หรือคุณนำเสนอผลงานได้อย่างสมบูรณ์แบบเพียงไรก็ตาม เป็นไปไม่ได้หรอกที่เรื่องที่คุณสื่อไปทั้งหมดจะยังอยู่ในสมองของอีกฝ่าย ไม่ใช่ว่าผู้ฟังขาดทักษะการทำความเข้าใจ

เข้าใจ หรือวิธีพูดของคุณแย่ แต่ธรรมชาติของการสื่อสารเป็นแบบนี้ ไม่มีทางที่จะเล่าได้ทั้งหมดหรอกครับ

ถ้าคุณอยาก让别人อื่นรับฟังเรื่องที่ตัวเองพูด อยากจะให้เริ่มทำความเข้าใจเสียก่อนว่า *ใครๆ ก็ไม่*อยากฟังเรื่องของคนอื่น

พูดให้ครบ จบใน “1 นาที”

แต่ไม่ได้หมายความว่า ถ้าอย่างนั้นก็เลิกสื่อสารไปเสียดีกว่านะครับ เวลาทำงานเป็นทีม การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งยวด หากคุณสามารถสื่อสารได้ชำนาญ ถึงจะทำงานกันแค่สามคน แต่ได้ผลงานเท่ากับสี่หรือห้าคน แต่ถ้าสื่อสารกันไม่ได้ไม่ดี จะกลายเป็นว่า “ทำคนเดียวยังจะเร็วกว่า” และได้ผลงานเท่ากับคนคนเดียวเท่านั้น

การจะแสดงศักยภาพของทีมให้ได้อย่างเต็มที่ สิ่งที่ขาดไม่ได้คือ ทักษะการแสดงทรรศนะของตัวเองให้อีกฝ่ายรับรู้ เข้าใจอย่างชัดเจน และยินยอมทำงานให้ ซึ่งก็คือ “ทักษะการนำเสนอผลงาน” นั่นเอง ทักษะการนำเสนอผลงานที่ว่านั้น ไม่ได้หมายถึงทักษะการอภิปรายต่อหน้าผู้คนที่หรือทักษะการพูด แต่เป็นทักษะ “การโน้มน้าวใจ”

ผู้ฟังมีโอกาสที่จะไม่ฟังในสิ่งที่คุณพูดสูงถึง 80 % ซ้ำยังไม่ยอมทำความเข้าใจ ถ้าเช่นนั้น จุดตัดสินใจแพ้ชนะอยู่ที่ *พูดให้อีกฝ่ายเข้าใจก่อน* ให้เหลือความทรงจำในสมองให้ได้มากที่สุด และโน้มน้าวใจเขาให้ได้

เราควรจะทำอย่างไรดี

สิ่งที่เราต้องทำคือ

สรุปเรื่องราวให้พูดจบได้ภายใน 1 นาที แล้วค่อยเล่า

นี่แหละคือเทคนิคพื้นฐาน

ในความคิดของผม

เรื่องที่สรุปใน 1 นาทีไม่ได้ สุดท้ายแล้วไม่ว่าจะคุยนานแค่ไหน
ก็ไม่มีทางทำให้อีกฝ่ายเข้าใจได้

หรือในทางกลับกัน

ไม่ว่าจะเป็นเรื่องไหนๆ ก็เล่าให้จบภายใน “1 นาที” ได้

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กับพวกหัวหน้าหรือผู้บริหารที่งานรัดตัวแล้ว
ก็มีโอกาสสูงกว่า ที่เขาจะยอมรับฟังเรื่องที่พูดจบได้ภายใน “1 นาที”

ต่อให้เป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลาพูด 5 นาที ใช้เวลาพูด 30 นาที หรือ
ได้รับเวลามาให้พูด 1 ชั่วโมง แต่จงสรุปเรื่องให้ “พูดจบภายใน 1 นาที”
เสียก่อน หากทำได้ “ทักษะการพูด” ของคุณจะยิ่งพัฒนาขึ้น

กระตุ้น “สมองซีกขวา” และ “สมองซีกซ้าย” ให้ทำงาน

หนังสือเล่มนี้ แนะนำเทคนิค “การพูดใน 1 นาที”

ก่อนที่จะเข้าหัวข้อหลัก ผมขอกล่าวถึงประเด็นสำคัญของการ
นำเสนอผลงานน้อยๆ นะครับ

นั่นคือ การกระตุ้นสมองซีกซ้ายและสมองซีกขวาให้ทำงาน

ขอให้คุณทำความเข้าใจไว้ก่อนว่า นี่เป็นเรื่องทางธุรกิจ แน่แน่นอนว่าเป็นเรื่องของตรรกะ (สมองซีกซ้าย) เรื่อง “สนุก” สำหรับธุรกิจ ไม่ใช่เรื่องสัพเพเหระหรือเรื่องซุบซิบ แต่เป็นเรื่องที่มีพื้นฐานบน “ตรรกะ”

ทว่า หากคุณเอาแต่คุยลงลึกแต่เรื่องตรรกะอย่างเดียว เคยเจอสถานการณ์แบบนี้บ้างไหมครับ

“ครับๆ เข้าใจแล้วๆ...ก็แล้วไงล่ะ”

ความกระตือรือร้นไม่อาจโน้มน้าวใจได้ และการใช้ตรรกะอย่างเดียวก็ไม่อาจโน้มน้าวใจได้เช่นกัน

หากคุณเป็นผู้บริหาร ย่อมรู้อยู่แก่ใจว่า “ถ้าแค่พูดในสิ่งที่ถูกต้องก็โน้มน้าวใจได้แล้วละก็ ฉันคงไม่ต้องลำบากลำบากขนาดนี้หรอก” จริงไหมครับ

สุดท้ายแล้ว คนเราจะทำความเข้าใจด้วยสมองซีกซ้าย รู้สึกด้วยสมองซีกขวา แล้วลงมือทำ นอกจากนี้ หากผู้พูดขาดความกระตือรือร้นต่อให้พูดจนปากเปียกปากแฉะ ก็โน้มน้าวใจไม่ได้

การโน้มน้าวใจจะต้องให้ “สมองซีกซ้าย” และ “สมองซีกขวา” ทำงานด้วยกันทั้งคู่

ทักษะการสื่อสารอย่างมีเหตุผลและความกระตือรือร้น คือสิ่งจำเป็น

จงหมั่นกระตุ้นสมองซีกขวาและสมองซีกซ้ายให้ทำงานนะครับ

unn



STEP 1

ปัจจัยพื้นฐานของการ “พูด”

ก่อนจะเข้าสู่เนื้อหาหลัก ผมขออธิบายวิธีคิดที่อยากให้คุณจดจำเอาไว้ ก่อนจะพูดหรือนำเสนอผลงานอะไรกับใคร

เวลาพูดอะไรกับใคร คุณรู้ชัดเจนว่า “ฉันอยู่ที่นี้เพื่ออะไร” และ “จะนำเสนอผลงานไปเพื่ออะไร” หรือเปล่าครับ

ทำไมต้องรู้อะไรนั้น ก็เพื่อ “โน้มน้าวใจ” ครับ ผู้ฟังยังไม่ได้อยู่ในสถานะเดียวกับคุณ ด้วยเหตุนี้จึงต้องเล่า ต้องมีการนำเสนอผลงานโดยใช้คำพูดโน้มน้าวใจให้มุ่งไปสู่เป้าหมายที่คุณต้องการ นี่เป็นสิ่งสำคัญ

คุณอาจคิดว่านี่เป็นเรื่องธรรมดาๆ แต่ในความเป็นจริงแล้ว มีคนมากมายที่ไม่รู้เรื่องนี้

“ก็หัวหน้าบอกให้รายงานไง เลยต้องมานำเสนอผลงาน”

“ที่นำเสนอผลงาน ก็แค่อยาก让别人เข้าใจความคิดของฉัน”

ถ้าคุณคิดได้แค่นี้ ไม่มีทางได้เห็นความสำเร็จหรอกครับ

ผมอยากจะทำให้คุณรับรู้ไว้ว่า เรานำเสนอผลงาน...

เพื่อโน้มน้าวใจ

จำเอาไว้ให้ขึ้นใจนะครับ

ผู้ฟังเป็นใคร สนใจเรื่องอะไร

เอาละครับ หากลองแปลงความคิดที่ว่า “จะนำเสนอผลงานไปเพื่ออะไร” ออกมาให้เป็นคำพูด ส่วนใหญ่แล้วจะได้โครงสร้างแบบนี้
ให้ใคร (ที่ไหน) ทำอะไร เช่นไร

กุญแจสำคัญอยู่ที่ *ให้ใคร* ซึ่งก็คือผู้ฟัง ไม่ใช่เรื่องแปลก เพราะการนำเสนอผลงานคือ การพูดโดยมีเป้าหมายให้อีกฝ่ายเข้าใจ เห็นชอบด้วย หรือกระทำตาม

จากนั้นทำเอกสารนำเสนอผลงานโดยนึกภาพว่า *ผู้ฟังคือใคร* ฟังระลึกว่าเป็นการพูด *กับผู้ฟัง* และ *ผู้ฟังกำลังคิดอะไรอยู่*

เช่น

- ผู้ฟังอยู่ในฐานะอะไร
- สนใจเรื่องอะไร
- ต้องการอะไรจากการนำเสนอผลงานนี้
- มีความเข้าใจประเด็นเฉพาะทางเพียงไร
- ถ้าพูดอะไรหรือพูดในลักษณะใดแล้วจะมีปฏิกิริยาเชิงลบ

เมื่อไม่กี่วันที่ผ่านมา มีซีอีโอของบริษัทสตาร์ทอัพแห่งหนึ่งต้องไปนำเสนอผลงานเป็นครั้งแรก ไม่รู้ว่าควรจะนำเสนอผลงานอย่างไรดี ก็เลย

มาขอคำปรึกษาจากผม วัตถุประสงค์ของการนำเสนอผลงานคือ การแข่งพิตช์ (นำเสนอผลงาน) ในโครงการเร่งรัดธุรกิจ*ของอเมริกา หากชนะการแข่งขัน จะเข้าร่วมโปรแกรมสนับสนุนกิจการระยะเวลา 3 เดือนได้

ผมถามคำถามแรกว่า ทำไมคุณถึงเข้าร่วมแข่งขันพิตช์ครั้งนี้ เธอตอบว่า ต้องการขยายกิจการไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา จึงอยากจะได้คำแนะนำต่างๆ ในขณะที่ทดลองบุกเบิกกิจการ และต้องการเข้าร่วมโปรแกรมเร่งโตฯ แต่เธอเพิ่งเข้าร่วมการแข่งขันพิตช์ในต่างประเทศเป็นครั้งแรกก็เลยยังงงๆ อยู่ ไม่รู้ว่าควรจะทำอะไร เลยยังไม่ถึงไหน เธอต้องทำอะไร

ผมให้คำแนะนำไปว่า

“คุณลองนึกภาพตัวเองกำลังนำเสนอผลงานต่อหน้ากรรมการดูสิ กรรมการคนนั้นเป็นคนแบบไหน มีคนเดียวหรือหลายคน มีสีหน้าอย่างไร มีปฏิกิริยาตอบสนองกับคำพูดแบบไหนของคุณ และจะพยักหน้าหงึกๆ เมื่อได้ฟังอะไร ลองจินตนาการให้ละเอียดที่สุดดู”

เธอลองนึกภาพนั้นในหัว

“พอนึกออกแล้วค่ะ ฉันจะคิดเรื่องที่จะพูดไปพร้อมกับจินตนาการสีหน้าของกรรมการนะคะ”

เธอบอกแบบนี้ จากนั้นตั้งหน้าตั้งตาทำเอกสารด้วยความมั่นใจ แล้วก็ชนะการแข่งขัน ได้เข้าร่วมโปรแกรมสนับสนุนที่อเมริกา

ในทำนองเดียวกัน หากนักภาพผู้ฟังออก เราจะจินตนาการปฏิกิริยาของผู้ฟังเหล่านั้นในขณะที่เตรียมตัวได้ ซึ่งก็คือการ “นักภาพผู้ฟัง” ที่เป็นพื้นฐานในการสร้างเรื่องราว ตั้งแต่เนื้อหาที่จะพูด ตลอดจนการใช้ถ้อยคำ หรือวิธีการพูด

***โครงการเร่งโตธุรกิจ (Accelerator)** เป็นโครงการสนับสนุนช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งมีสองประเภทคือ Accelerator และ Incubator แต่ประเภทแรกจะเน้นการเติบโตของธุรกิจที่มีอยู่แล้ว ขณะที่ประเภทหลังจะบ่มเพาะธุรกิจตั้งแต่แรกเริ่ม

เป้าหมายคืออะไร

แค่คำว่า “อยากให้เข้าใจ” ไม่นับว่าเป็นเป้าหมาย

ตัวอย่างเช่น ลองเทียบคำพูดทั้งสองต่อไปนี้จะครับ

A “ผมอยากประสานงานกับฝ่ายขาย เพื่อพัฒนาระบบรับมือกับผลิตภัณฑ์ที่ซำรุดง่ายครับ”

B “ผมอยากประสานงานกับฝ่ายขาย เพื่อพัฒนาระบบรับมือกับผลิตภัณฑ์ที่ซำรุดง่ายครับ ก็เลยอยากจะให้หัวหน้าช่วยไปคุยกับคุณ OO หัวหน้าฝ่ายขายให้หน่อยได้ไหมครับ”

คุณคิดว่าคำพูดไหนช่วยให้งานคืบหน้าได้มากกว่ากันครับ

หลังจากคิดว่า “จะนำเสนอผลงานไปเพื่ออะไร” และ “ผู้ฟังเป็นใคร” แล้ว สิ่งที่คุณคิดเป็นลำดับต่อไปคือ “เป้าหมายคืออะไร” เป็นการแปลงคำถามที่ว่า “ต้องการให้ผู้ฟังเป็นแบบใด” และ “จะตั้งเป้าหมายของการนำเสนอผลงานไว้ที่ใด” เป็นคำพูดผ่านการนำเสนอผลงานครั้งนี้

อย่างเช่น

ไม่ว่าผู้ฟังจะเห็นชอบหรือคัดค้าน ขอแค่แสดงความคิดเห็นบางอย่างออกมาก็พอ

หรือ ต้องการให้ผู้ฟังเห็นชอบ

หรือ ต้องการให้ผู้ฟังทำตาม

กล่าวคือ การกำหนด “ปฏิกริยา” ของผู้ฟังนั่นเอง

โดยปกติแล้ว เรามักจะเตรียมตัวนำเสนอผลงานโดยไม่ค่อยใส่ใจเป้าหมายอย่างจริงจัง เตรียมตัวไปพลาถาคิดถึง “กำหนดเวลานำเสนอผลงาน หาหัวข้อเรื่องโน่นนี่นั่น เอ๊ะ! แต่เรื่องนี้คงต้องอธิบายสักหน่อย ถ้างั้นต้องหาข้อมูลสนับสนุน แล้วก็ทำพาวเวอร์พอยต์ด้วย หัวข้อเรื่องละ จะตั้งว่าไงดี... ฯลฯ” ไข่ม่มละครับ ซึ่งวิธีเตรียมตัวแบบนี้ ถือว่าผิดมหันต์เชียวละ

การนำเสนอผลงานทั้งหลายเป็นไปเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย คุณต้องคำนึงถึงผู้ฟัง มองให้ขาดว่าต้องการให้ผู้ฟังเป็นแบบใด จากนั้นคิดย้อนกลับว่าคุณจะต้องทำอย่างไร ควรจะพูดอะไรเพื่อให้สำเร็จสมประสงค์

พนักงานบริษัทคนหนึ่งส่งเมลมาขอคำปรึกษาว่า ควรจะนำเสนอผลงานกับหัวหน้าอย่างไรดี พอผมถามรายละเอียด เขาเล่าว่าตัวเองมีร่างแผนพัฒนาธุรกิจซึ่งไม่คิบหน้า จึงอยากอธิบายให้ผู้ใหญ่เข้าใจเพื่อริบดำเนินการ

แต่พอผมฟังรายละเอียดแล้ว เขาคาดหวังให้หัวหน้าช่วยผลักดัน

แผนกอื่นให้ช่วยทำงานสนับสนุนด้วย เพื่อให้แผนพัฒนาธุรกิจคืบหน้า
ดังนั้นเป้าหมายที่อยากให้หัวหน้าเข้าใจจึงไม่เพียงพอเสียแล้ว ผมแนะนำ
ไปว่า คุณต้องตั้งเป้าหมายใหม่ว่า “เพื่อให้แผนกอื่นช่วยทำงานสนับสนุน”
แล้วค่อยสร้างสถานการณ์จำลองขึ้นโดยมีเป้าหมายนี้เป็นรากฐาน

สรุปคือ เปลี่ยนการนำเสนอผลงานแบบ A ให้เป็นการนำเสนอ
ผลงานแบบ B

คุณต้องรู้ “เป้าหมาย” แน่ชัด

เป้าหมายว่า “อยากให้หัวหน้าช่วยผลักดันแผนกอื่นให้ช่วยทำงาน
สนับสนุน” หลุดปากออกมาระหว่างขอคำปรึกษาจากผม ในตอนแรกเขา
แสดงท่าทีแค่ว่า “มีร่างแผนพัฒนาธุรกิจที่ทำได้ยาก และคงจะไม่คืบหน้า
ง่ายๆ ต้องรอให้หัวหน้าเข้าใจก่อน แล้วค่อยว่ากันใหม่”

ทว่า ชื่นนำเสนอผลงานไปแบบนั้น หลังจากหัวหน้าฟังการนำเสนอ
ผลงานแล้ว คงจะถามว่า

“อืม เข้าใจแล้ว แล้วคุณอยากทำอะไรล่ะ”

และถ้าตอบไปว่า “เดี่ยวขอปรึกษาเรื่องนั้นในโอกาสหน้า” ร่างแผน
พัฒนาธุรกิจคงจะไม่คืบหน้าอีกเช่นเคย

จะว่าไปแล้ว เป้าหมายแค่ว่า “อยากให้เข้าใจ” ฟังดูประหลาดไป
หน่อย ผู้พูดจะต้องคำนึงว่า เมื่อเข้าใจแล้ว อยากให้อีกฝ่ายทำอะไร คุณ
จะลงมือเองหรือจะให้ผมเป็นฝ่ายลงมือ และควรทำอย่างไร นั่นแหละถึง
จะถูกต้อง

บันทึกจัดระเบียบความคิดก่อนพูด



■ ผู้ฟังเป็นใคร

สถานะ /

ความสนใจ /

เรื่องที่ผู้ฟังต้องการจากผู้พูด /

ความเข้าใจหัวเรื่อง /

มีความรู้สึกเชิงลบกับอะไรบ้าง /

■ เป้าหมายคืออะไร

ตอนพนักงานบริษัทคนนั้นมาขอคำปรึกษา สีน้าซังกะตายราวกับโลกจะแตก แต่พอเห็นเส้นทางที่ควรจะไป สีน้าก็กลับมาดูสตูดิโอจากทำทางแล้ว ผมมั่นใจว่าการนำเสนอผลงานน่าจะไปได้สวย

อีกหนึ่งสัปดาห์ต่อมา เขาไปนำเสนอผลงานกับหัวหน้า ผลลัพธ์คือประสบความสำเร็จอย่างงดงาม เขาเขียนอีเมลถึงผมอย่างดีอกดีใจว่า “ข้อเสนอที่เป็นไปได้ยากมีแนวโน้มที่จะได้ดำเนินการแล้วครับ”

สุดท้ายคือ โน้มน้าวใจ เป้าหมายไม่ได้อยู่ที่ “คำพูดสวยๆ”

เมื่อพูดถึงการนำเสนอผลงาน โดยทั่วไปเรามักนึกถึงแค่การทำเอกสารและการพูดต่อหน้าสาธารณะ แต่การพูดต่อหน้าผู้คนเป็นเพียงขั้นตอน เป้าหมายอยู่ที่การใช้กรรมวิธีบางอย่างเพื่อ “โน้มน้าวใจ” อย่างที่กล่าวไปแล้วข้างต้น

ต่อให้คุณทำเอกสารได้สวยงามแค่ไหน ต่อให้คุณพูดได้สั่นไหวเพียงไร แต่ถ้าอีกฝ่ายไม่ยอมลงมือทำตามก็ไร้ความหมาย

ทำไมต้องนำเสนอผลงาน ? เพราะผู้ฟังยังไม่อยู่ในเป้าหมายที่เราต้องการ เราต้องชักจูงผู้ฟังไปสู่เป้าหมายนั้น นี่แหละคือสิ่งที่เราต้องการจึง “ต้องโน้มน้าวใจ”

และเมื่อคิดได้เช่นนี้แล้ว การวางแผนปฏิบัติงานทั้งก่อนและหลังให้ถี่ถ้วน เช่น การไปเจรจานอกรอบกับผู้ฟังไว้ก่อนนำเสนอผลงาน การจัดที่นั่งในที่ประชุม การทักทายเล็กน้อยก่อนเริ่มประชุม และการติดตามผลหลังจากนั้น ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ก็เป็นเรื่องสำคัญ

พูดง่ายๆ คือ ทำทุกอย่างเท่าที่จะทำได้ เพื่อโน้มน้าวใจผู้ฟัง นั่นเอง แม้แต่ตัวผมเอง เวลาไปบรรยายนอกสถานที่ มักพยายามสื่อสารกับผู้ฟังให้ได้มากที่สุด เพื่อลดความห่างเหินระหว่างตัวเองกับผู้ฟัง

นอกจากนี้ ก่อนนำเสนออะไรกับผู้อื่น ผมจะพยายามบอข้อมูลเล็กๆ น้อยๆ เท่าที่จะทำได้ เป็นเชิงบอกว่า “ผมจะพูดเรื่องแบบนี้ละ” เพื่อให้อีกฝ่าย “เตรียมใจ” เอาไว้ก่อนนั่นเอง

นอกจากนี้ ในระหว่างการนำเสนอผลงาน ให้เตรียม “ช่องไฟ” เพื่อเอาไว้หลายๆ จุด และเตรียมตัวรับมือกับช่วงถามตอบหลังการนำเสนอผลงานด้วย

ในทางกลับกัน แม้คุณไม่อาจโน้มน้าวใจผู้ฟังระหว่างการนำเสนอผลงานได้ แต่ยังมีโอกาสเหลืออยู่ หลังการนำเสนอผลงาน คุณยังทำเรื่องต่างๆ ได้มากมาย หากท้ายที่สุดแล้ว คุณโน้มน้าวใจผู้ฟังได้ ก็ถือว่าบรรลุเป้าหมายแล้ว

การโน้มน้าวใจคือสิ่งสำคัญที่สุด จงทำทุกวิถีทางเพื่อโน้มน้าวใจผู้ฟัง

ขอให้คุณตระหนักเรื่องนี้ ขณะนำเสนอผลงานนะครับ

A large, stylized number '2' is the central focus of the image. It is composed of two main parts: a thick, curved orange shape that forms the lower and right portions of the digit, and a white, curved shape that forms the upper and left portions. The background is a solid orange color.

unn



STEP 2

พูดใน 1 นาที
สร้างตรรกะ
ที่สมองซีกซ้ายเข้าใจได้

ข้อความใด
สื่อสารได้ดี
กว่ากัน

A.

ลูกค้าชื่นชอบผลิตภัณฑ์นี้มากครับ
ร้านค้าต่างตั้งท่าจะสั่งของ
ยอดขายก็สูงขึ้นจริงๆ



B.

ผลิตภัณฑ์นี้สมควรเพิ่มการผลิตใช้ไหมครับ



คุณกำลังทำตัวเป็นพระมิดยอดด้วยหรือเปล่า คิดเรื่องราว 1 นาทีที่สมเหตุสมผล

คนที่พูดให้จบใน 1 นาทีไม่ได้ ทั้งที่ตั้งอกตั้งใจพูดแต่กลับสื่อสารอะไรไม่ได้เลย จะกลายเป็น “พระมิดยอดด้วน”

ตัวอย่างที่พบบ่อยๆ เช่น

“คุณ A บอกว่าดีครับ”

“ลูกค้าประจำชอบมากครับ”

“ยอดขายก็สูงขึ้นจริงๆ ครับ แค้นครับ”

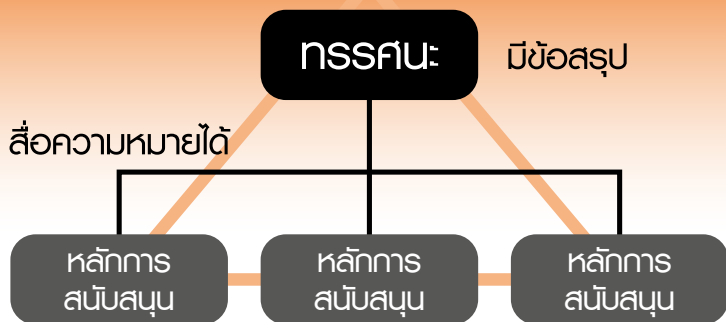
พอพูดทิ้งท้ายไว้แค่นี้ คนที่ฟังอยู่ก็จะรู้สึกว่ “แล้วไงต่อละ”

หากคุณเคยเรียนเรื่องการคิดเชิงตรรกะ ก็น่าจะเคยเรียนเรื่องโครงสร้างพระมิดมาบ้าง

ผมขออธิบายง่ายๆ สำหรับคนที่เพิ่งเคยได้ยินครั้งแรกนะครับ เรื่องราวแต่ละเรื่องจะประกอบด้วยข้อสรุปและหลักการสนับสนุน โดยข้อสรุปจะอยู่ด้านบนสุด มีหลักการสนับสนุนเรียงรายอยู่ด้านล่าง และเนื่องจากมีหลักการสนับสนุนจำนวนมาก จึงกลายเป็นรูปสามเหลี่ยม ซึ่งก็คือรูปทรงพระมิด เราจึงเรียกว่า “โครงสร้างพระมิด” (ดูหน้า 39)

คนในภาพ A ที่อยู่ในหน้า 36 มีแต่ “หลักการสนับสนุน” ที่เป็นฐานของพระมิด ไม่มีข้อสรุป

ใช้โครงสร้างพีระมิดเพื่อจัดระเบียบจุดเน้นและข้อสรุป



มีหลักการสนับสนุนมากมายรองรับ

“คุณ A บอกว่าดี” หรือ “ยอดเยี่ยมสูงขึ้น” ต่อให้นำตัวอย่างหรือข้อมูลเหล่านี้มาเรียงต่อกันสักแค่ไหน ผู้ฟังก็ไม่รู้ว่า ควรจะดึงข้อมูลจากเหตุการณ์เหล่านี้อย่างไร ก็เลยเกิดคำถามว่า “แล้วไงต่อล่ะ”

ในทางกลับกัน ถ้าสร้างเรื่องราวตามรูปทรงพีระมิดนี้ จะไม่เกิดเหตุการณ์พูดคุยกัณยืดยาวไม่จบง่ายๆ หรือสื่อสารกันไม่เข้าใจ

“ข้อสรุปเป็นเช่นนี้ครับ”

“เหตุผลคือ A และ B และ C ครับ”

“โอเค! เข้าใจแล้ว รับทราบ”

ขั้นตอนก็เท่านี้แหละครับ

หัวใจสำคัญของการ “คิดให้จบใน 1 นาที” อยู่ที่ตรงนี้เอง เริ่มแรกคุณจะต้องคิดโครงสร้างหลักของเรื่องที่จะพูด ซึ่งก็คือสร้างเซตของข้อสรุปและหลักการสนับสนุน หากทำได้ คุณจะพบวิธีพูดโน้มน้าวใจอย่างน่าทึ่งทีเดียว

คำสำคัญคือ

คิดเรื่องราวอย่างมีตรรกะในรูปแบบของพีระมิด

พอบอกว่า “คิดอย่างมีตรรกะ” อาจฟังดูเป็นเรื่องยาก แต่จริงๆ แล้วไม่ได้ยากขนาดนั้น ขอแค่เชื่อมโยงความหมายได้แค่นั้นก็พอ เราลองมาคิดอย่าง “มีตรรกะ” ให้เป็นนิสัยกันดีกว่านะครับ หากคุณสามารถละก็ จะพูดโน้มน้าวใจเก่งขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเลยทีเดียว

ก่อนอื่น ลองมาใคร่ครวญกันดูว่า “การคิด” หมายความว่าอะไร จากนั้นลองคิดว่า คำว่า “มีตรรกะ” คืออย่างไร แล้วหาวิธีสร้างเรื่องราวจากความคิดอย่างมีตรรกะ

ข้อความใด
สื่อสารได้ดี
กว่ากัน

A.

เท่าที่วิเคราะห์ดูแล้ว

A เป็นแบบนี้ ส่วน B เป็นแบบนี้ค่ะ



B.

ณ ขณะนี้ ควรจะมุ่งดำเนินการตามแผน A ค่ะ



การคิด = การนำไปสู่ข้อสรุป ข้อเท็จจริงหรือข้อมูลไม่ใช่ข้อสรุป

ว่ากันว่าแนวคิด ข้อสรุปต้องมาก่อน คือมารยาททางธุรกิจ
ซึ่งตรงกับสิ่งที่หนังสือเล่มนี้ต้องการจะบอก

แล้วข้อสรุปคืออะไรกันล่ะ

บางที ใครๆ อาจจะรู้เรื่อง ข้อสรุปต้องมาก่อน กันอยู่แล้ว แต่
ทำไมเวลาพูดถึงได้กลายเป็นแบบนี้

“ยอดขายเพิ่มขึ้นครับ”

“ในงานมอเตอร์โชว์ปีนี้ รถ EV เพิ่มขึ้นค่ะ”

อาจเป็นเพราะเข้าใจผิดว่า การพูดแบบนี้คือข้อสรุปหรือเปล่า
อย่างไรก็ดี ต่อให้คุณพูดเรื่องพวกนี้ออกไป ก็เป็นเพียงการเอา
ข้อเท็จจริงมาเรียงต่อกัน และสุดท้ายก็กลายเป็น “พีระมิดยอดดวน”

คำพูดในภาพ A หน้า 42 ก็เป็นแบบนี้ อันที่จริง หากพูดโดย
เริ่มจากข้อสรุปแบบในภาพ B ก่อน จากนั้นค่อยเสริมว่า “เท่าที่วิเคราะห์
ดูแล้ว A เป็นแบบนี้ ส่วน B เป็นแบบนี้ ดังนั้น A จะเหนือกว่าในแง่ของ
O และ X และ Δ ค่ะ” อาจจะดีกว่าก็ได้นะคะ

ผมคิดว่ามีหลายคนที่ยังเข้าใจผิดเรื่อง “ข้อสรุป” อยู่

ในประเด็นนี้ ผมจำได้ว่าเคยอ่านบทความที่คุณโอมาเอะ เค็นอิจิ เขียนไว้ที่ไหนสักแห่งว่า การคิดคือการเอาปัญญาและข้อมูลข่าวสารมาประมวลผลเป็นข้อสรุป

ทั้งปัญญาและข้อมูลข่าวสาร ต่างก็เป็นข้อมูลเหมือนกัน เพียงแต่ ปัญญา คือ ข้อมูลที่อยู่ภายในตัวเรา ส่วน ข้อมูลข่าวสาร คือ ข้อมูลที่อยู่ภายนอกตัวเรา

เท่ากับว่า การคิด คือ การนำข้อมูลที่อยู่ภายในตัวเราและข้อมูลภายนอกตัวเรามาประมวลผล เพื่อนำไปสู่ข้อสรุป

พูดแบบนี้แล้วอาจจะฟังดูยาก แต่ในความเป็นจริง เราทำแบบนี้กันเป็นเรื่องปกติอยู่แล้ว

ตัวอย่างเช่น ระหว่างทำงาน ถ้าเกิดง่วงนอนขึ้นมา จะคิดในเชิงข้อมูล ว่า “อ่า! ตอนนี้ฉันกำลังง่วงอยู่”

ครั้นจะนอนก็คงไม่ได้ แต่เราจะรู้ในเชิง ปัญญา ว่า “ถ้ารับคาเฟอีนเข้าไปจะหายง่วง” แล้ว ข้อมูล กับ ปัญญา จะผนวกเข้าด้วยกัน เกิดการตัดสินใจว่า “เอาละ ไปดื่มกาแฟดีกว่า!” แล้วก่อให้เกิดการกระทำ

อีกหนึ่งตัวอย่างคือ เวลาที่ฟ้าครึ้ม เราก็จะรู้ในเชิง ข้อมูล ว่า ฟ้าครึ้มๆ และรู้ในเชิง ปัญญา ว่า “หลังฟ้าครึ้ม ฝนมักจะตก” เมื่อทั้งสองมาผนวกเข้าด้วยกัน (ประมวลผล) จะกลายเป็น “ท่าทางฝนจะตกนะเนี่ย” แล้วตัดสินใจว่า “ถ้าฉันพกร่มไปด้วยดีกว่า!” ซึ่งก็คือข้อสรุปนั่นเอง

แต่ถ้าไม่ได้คิดละ จะเป็นอย่างไร กลายเป็นว่าคิดแค่ “ฟ้าครึ้มๆ...” “ฝนน่าจะตกนะ...” แล้วก็จบแค่นั้น พอออกนอกบ้าน ก็ไปเจอฝนตกใส่ ทำให้ต้องไปหาซื้อร่มตามร้านสะดวกซื้อ ตอนเช้าๆ ผมมักจะ “ไม่คิด” ก็เลยต้องไปซื้อร่มนอกบ้านอยู่บ่อยๆ

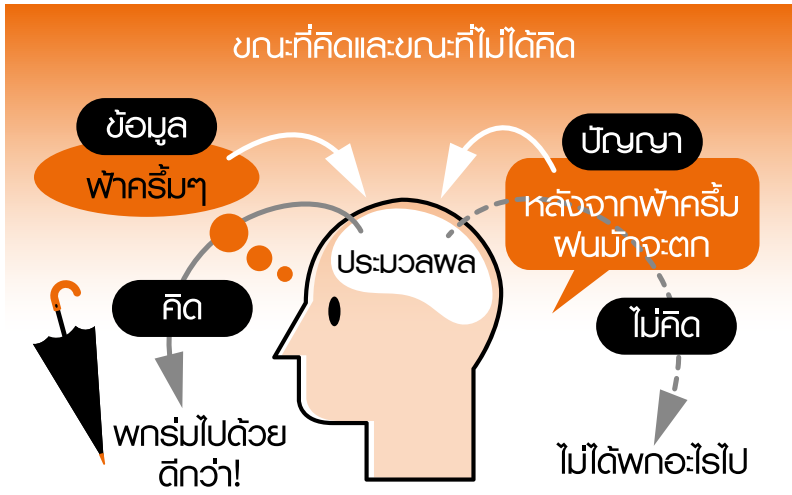
กลับมาที่วิธีพุดกันอีกครั้ง สิ่งสำคัญเป็นอันดับแรกคือ หาข้อสรุปออกมาให้ได้ก่อน แล้วค่อยบรรยายออกมา

อะไรคือข้อสรุปที่ควรจะต้องพุด อะไรคือเรื่องที่ต้องการจะให้ผู้ฟังรับฟัง คุณต้องรู้เรื่องเหล่านี้ให้ชัดเจน

หากลองคิดดูดีๆ สาเหตุที่เราพุด ก็เพราะมีเรื่องราวที่อยากจะเล่า แต่ถ้าไม่มีข้อสรุป ก็ออกจะแปลกๆ ไปสักหน่อยใช่ไหมล่ะครับ

ทว่า เรื่องที่ควรจะเป็นแค่เรื่องธรรมดาๆ แต่เรากลับทำกันไม่ได้ บ้างก็เริ่มพุดคุยโดยที่ไม่ได้กำหนดให้แน่ชัดตั้งแต่แรกว่า “ข้อสรุปคืออะไร” หรือ “อยากจะให้อีกฝ่ายทำอะไร” ก็เลยพุดวกไปวนมา บ้างก็เริ่มต้นด้วยการทำเอกสาร แต่สุดท้ายเอกสารนั้นชวนให้คิดว่า “แล้วยังไงละ” ไปเสียนี่

ในขั้นตอนเริ่มต้นของการเตรียมตัวพุดก็เช่นกัน บางครั้งคุณอาจมีข้อสรุปที่ชัดเจนอยู่แล้ว แต่บางทีระหว่างที่เตรียมตัวไป เกิดนึกอยากจะพุดเรื่องโน้นเรื่องนี้ขึ้นมา พอเพิ่มเติมเรื่องพวกนี้เข้าไป ก็เลยกลายเป็นเรื่องราวอะไรไปไม่รู้ ทั้งที่พยายามจะให้ออกมาสมบูรณ์แบบ กลับทำให้ข้อสรุปเดิมเลอะเทอะไม่ชัดเจน



อีกประการหนึ่ง อาจเป็นนิสัยเฉพาะตัวของคนญี่ปุ่นก็ได้ ในขณะที่ที่คุณกำลังกำหนดข้อสรุปให้แน่ชัด ก็ดันเกรงว่าจะไปกระทบกระทั่งคนที่โต้แย้งข้อสรุปนี้ได้บ้างละ กลัวว่าจะถูกขัดคอในประเด็นที่ตัวเองไม่มั่นใจ บ้างละ ก็เลยจงใจทำให้บางจุดคลุมเครือ หรือไม่ก็คิดนอกเรื่องเลยเถิด สุดท้ายจึงไม่รู้ว่ข้อสรุปคืออะไร ตกลงว่าเห็นด้วยหรือคัดค้านกันแน่

ในจุดนี้ คุณจะต้องชัดเจนว่าข้อสรุปที่คุณต้องการจะบอกเล่าคืออะไร นั่นแหละคือ “การคิด”

ในความเห็นของผม การ “ลองถามตัวเองดู” ก็เป็นวิธีหาข้อสรุปที่ไม่เลวเหมือนกัน โดยเริ่มจากการนำ “หลักการสนับสนุน” ที่อยู่ตรงฐานของพีระมิดมาเรียงกันดู แล้วลองถามตอบกับตัวเองว่า “แล้วไงล่ะ” จากนั้นเมื่อได้ “คำตอบ” ให้ลองตั้งคำถามกับคำตอบต่อไปว่า “จริงหรือ” หรือ “คำตอบสุดท้ายคืออะไร”

เคยตั้งใจจะคิด แต่กลับกลุ้มใจแทนบ้างไหม

ตามที่ได้กล่าวไปแล้วว่า “การคิด” คือพฤติกรรมเพื่อหาข้อสรุป แต่สมองของคนเราไม่ได้เฉียบแหลมอะไรมากมาย ถ้าเอาแต่กระตุ้นสมองให้ทำงาน บางครั้งก็ไม่ได้ข้อสรุปเสียที

สิ่งนี้เรียกว่า “สภาวะกลัดกลุ้ม” ขณะทำงาน คุณคงเคยตกอยู่ในสภาพที่ว่า “แบบนี้น่ากลุ้มใจ” หรือ “ชักจะกลุ้มนิดหน่อย” ใช่มั้ยล่ะครับ

เพียงแค่ “ความกลัดกลุ้ม” กับ “การคิด” นั้นแตกต่างกันอย่างชัดเจน “ความกลัดกลุ้ม” คือสภาวะที่ความคิดหมุนตัวอยู่ในหัว และสุดท้ายก็เป็นวงจรไม่จบสิ้น

ถึงจะ “กลัดกลุ้ม” ไปก็ไม่ได้มีอะไรดีขึ้นมา เพื่อหลีกเลี่ยง “วงจรไม่จบสิ้น” คุณต้องสร้างกลไก การคิด = การหาข้อสรุป ให้เป็นนิสัย และคำถามเด็ดที่ใช้ถามตัวเองคือ “แล้วไงล่ะ” “จริงหรือ” และ “คำตอบสุดท้ายคืออะไร”

ในกรณีต้องผลักดันโครงการให้ผ่านละ คุณสงสัยหรือเปล่าว่า
ระหว่างคำว่า “เป็นโครงการแบบนี้แหละครับ” กับคำว่า “แบบนี้ขายได้
แน่ครับ” คำไหนคือข้อสรุป

คำตอบที่ถูกต้องคือ “แบบนี้ขายได้แน่ครับ”

หรือถ้าจะให้ถูกต้องยิ่งขึ้น ข้อสรุปคือ

“แบบนี้ขายได้แน่ครับ ดังนั้นมาลงมือทำกันเถอะ”

ข้อสรุปจะแสดงทิศทางที่เราต้องการจะให้อีกฝ่ายมุ่งไป

คำพูดที่ว่า “เป็นโครงการแบบนี้แหละครับ” ไม่ได้บ่งบอกทิศทาง
และไม่รู้ด้วยซ้ำว่าดีหรือไม่ดี ชอบหรือไม่ชอบ ขายได้หรือขายไม่ได้

“ขายได้แน่ (ดังนั้นมาลงมือทำกันเถอะ)” มีทิศทาง และระหว่าง
ตัวเลือกว่าจะขายได้หรือขายไม่ได้ ก็บอกไว้ชัดว่า “ขายได้ครับ”

การนำเสนอผลงานทำไปเพื่อ “โน้มน้าวใจ” ดังนั้น การแสดง
“ทิศทาง” ที่ต้องการโน้มน้าวใจผู้ฟังให้มุ่งไปทางนั้น จึงถือว่าเป็นข้อสรุป

ข้อความใด
สื่อสารได้ดี
กว่ากัน

A.

บริการเจ้านี่ดีนะครับ! ต่อสมาชิกให้โดยอัตโนมัติ
โดยที่เราไม่ต้องทำอะไร โทร.แจ้งเมื่อไรก็มา
บริการให้ตลอด เวลาต่ออายุครั้งต่อไป
ก็มีส่วนลดให้ สะสมแต้มสมาชิก
ได้อีก เว็บไซต์ก็ดูง่ายสะอาดตา
แถมส่งข้อมูลลูกค้าประจำมาให้
มีส่วนลดวันเกิดให้ด้วย...



B.

บริการเจ้านี้ดีนะครับ ไม่ต้องมีขั้นตอนอะไรมาก
ค่าใช้จ่ายก็ต่ำ เว็บไซต์ก็ดูง่ายสะอาดตา



ขอขอบคุณที่สละเวลาอ่านจนจบนะครับ

หนังสือเล่มนี้ถ่ายทอดความรู้ทั้งหมดที่ผมได้มาจากการฝึกฝน
นำเสนอผลงาน ในระหว่างที่ฝึกฝน ผมได้รับการสั่งสอนและคำแนะนำ
จากทุกๆ ท่าน ถ้าไม่มีเหตุการณ์ที่ต้องพาดพิงกับทุกท่านแล้ว หนังสือ
เล่มนี้ก็คงจะเกิดขึ้นมาไม่ได้ และขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้ง
คุณโมริ โนริโกะ ที่ช่วยรวบรวมข้อมูล คุณซาดามิตสึ คัตสึโร่ และคุณ
ทานะ คิเอะ แห่ง SB ครีเอทีฟ ขอขอบคุณครับ!

กุมภาพันธ์ 2018

อิตो โยอิจิ

ผู้เขียน : อีโต โยอิจิ

อธิการบดี Yahoo! Academia! บริษัท ยาฮู จำกัด Yahoo Corporate Evangelist CEO บริษัท Way Way จบการศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยโตเกียว จบการศึกษา MBA โปรแกรม Globis Original (GDBA)

ค.ศ. 1990 เข้าทำงานที่ธนาคารอุตสาหกรรมญี่ปุ่น
ฝ่ายสินเชื่อธุรกิจและฟื้นฟูกิจการ

ค.ศ. 2003 ย้ายมาบริษัท Plus จำกัด ดูแลด้านการปฏิรูป
โลจิสติกส์และปฏิรูปองค์กรให้กับ Joytext Company
ซึ่งเป็นฝ่ายบริหารโครงการ

ค.ศ. 2011 เป็นผู้จัดการทั่วไปของฝ่ายบริหารการตลาด

ค.ศ. 2012 ทำหน้าที่ควมรวมกิจการทุกด้าน
ในฐานะรองประธานบริษัทเดียวกัน

เคยมีประสบการณ์เข้าร่วม Softbank Academia (โรงเรียน
ตัดตัวและฝึกฝนผู้สืบทอดประธานมาซาโยชิ ชง) นำเสนอผลงานต่อหน้า
ประธานชงอย่างต่อเนื่อง และจบคอร์ส CEO ในประเทศญี่ปุ่นด้วย
ผลการเรียนอันดับหนึ่ง

เดือนเมษายน ค.ศ. 2015 ย้ายมาบริษัท Yahoo ทำหน้าที่
ฝึกฝนผู้นำรุ่นต่อไป นอกจากสอนวิชาผู้นำในฐานะวิทยากรรับเชิญให้
มหาวิทยาลัยบริหารธุรกิจ Globis แล้ว ยังทำงานเป็นที่ปรึกษาให้กับ
บริษัทขนาดใหญ่ และเป็นพี่เลี้ยงให้บริษัทสตาร์ทอัพจำนวนมาก

1 นาทีฟรีเซ็นต์ ให้โลกจำ

อโตะ โยอิชิ เขียน
อิศเรศ ทองปัสโนว์ แปล

Author: Yoichi Ito
Translator: Isres Tongpusnoe

IPPUN de Hanase Sekai no Top ga Zessanshita Daijinakotodake Simple ni Tsutaeru Gijutsu

Copyright © 2018 by Yoichi Ito

Thai translation rights arranged with SB Creative Corp., Tokyo
through Japan UNI Agency, Inc., Tokyo and Arika Interights Agency

พิมพ์ครั้งที่ 1 : กันยายน 2563
จัดพิมพ์โดย บริษัท บุ๊ค ไทม์ จำกัด

1st Thai Edition published: September 2020
Published by Book Time Co., Ltd.

อโตะ, โยอิชิ.

1 นาทีฟรีเซ็นต์ให้โลกจำ. -- กรุงเทพฯ : บุ๊ค ไทม์, 2563.

216 หน้า.

1. การพัฒนานตนเอง. 2. การนำเสนอตนเอง. I. อิศเรศ ทองปัสโนว์, ผู้แปล. II. ชื่อเรื่อง.

158.1

ISBN 978-616-14-0311-9

กรรมการผู้จัดการ: โชนรังสี เฉลิมชัยกิจ
บรรณาธิการบริหาร: วรุฒม์ ทองเชื้อ
บรรณาธิการต้นฉบับแปล: ดนูรัตน์ ท่งบุรพา
คณะบรรณาธิการ: อลิ้น เฉลิมชัยกิจ,
รุจี บุญยมาลิก, กัญญา ชะอมเทศ
พิสูจน์อักษร: T.Honey
ออกแบบปกฉบับภาษาไทย: ณัฐพงษ์ ภาศิแพทย
ศิลปกรรม: Wonsuk28
ฝ่ายการตลาด: อัครณัฐ ชุมบุญ
ฝ่ายขาย: มณัญชา สิริวงษ์
ประสานงานการพิมพ์: สุรินทร์ บุระณา
พิมพ์ที่: บริษัท พิมพ์ดี จำกัด
จัดจำหน่ายโดย สายส่งสุภาพใจ
บริษัท บุ๊ค ไทม์ จำกัด 214 ถ. พระรามที่ 2 ซอย 38
แขวงบางมด เขตจอมทอง กทม. 10150
โทรศัพท์ 0-2415-2621 โทรสาร 0-2416-7744

Managing Director: Chonrungsee Chalermchaikit
Editor in Chief: Varut Thongchuae
Editor for Thai Translation: Danoorat Tungburapha
Editorial Team: Aleen Chalermchaikit,
Rujee Boonyamalik, Kanya Chaemtet
Proofreader: T.Honey
Thai Version Cover Design: Nutthapong Pakeephaet
Thai Version Book Layout: Wonsuk28
Marketing Dept.: Akkanat Chumnun
Sale Dept: Manunchaya Siriwong
Printing Co-ordinator: Surin Burana
Printed by Pimdee Co., Ltd.
Distributed by Book Time Co., Ltd.
214 Rama 2 Rd. (Soi 38)
Bangmod Chomthong Bangkok 10150
Tel: 662-415-2621 Fax: 662-416-7744



คลิกสั่งซื้อได้ที่



@booktime

1 บทที่ ฟรีซิปต์ ให้โลกจำ

ได้รับยกย่องให้เป็นหนึ่งในหนังสือธุรกิจที่ควรอ่านแห่งปี
ติดอันดับต้นๆ ของการจัดอันดับหนังสือธุรกิจจากทุกร้านหนังสือ
ชั้นนำในปี 2017-2018

ฝึกฝนทักษะการเล่าเรื่อง step-by-step
การย่อคำพูดลงให้สื่อถึงกันได้ภายใน 1 นาที

พร้อมสถานการณ์ตัวอย่างนำไปประยุกต์ใช้ได้ทันที กลับจาก
ประสบการณ์ตรงกว่า 28 ปีของอีโต โยอิจิ อธิการบดี Yahoo! Academia
ผู้บรรยายรับเชิญ มหาวิทยาลัยธุรกิจระดับโลก Globis ที่ปรึกษาด้าน
การนำเสนอของบริษัทชั้นนำ และบริษัทสตาร์ทอัพจำนวนมาก

เหมาะสำหรับคนที่ต้องการสื่อสารโดนใจ

- คุยงานตัวต่อตัวกับหัวหน้า
- คุยงานสั้นๆ ให้เพื่อนร่วมงานเข้าใจทันที
- นำเสนอแผนงานในที่ประชุมย่อย
- งานวิทยากรในที่ประชุมใหญ่
- งานฟรีเซ็นด์นวัตกรรมสตาร์ทอัพ
- ขายงานที่ต้องแข่งขันและต้องการความนิยม



สุภาพใจ

f SukkhabajaiPUB



ทดลองอ่าน



@booktime

KA 0040 พิมพ์ตนเอง
ISBN 978-616-14-0311-9



9 786161 403119

250.-

www.booktime.co.th