

เทคนิคการทำ Presentations

Suchada Sangsanguan

suchada@intelligence-strategies.com



736 Sukhumvit Road
Klongton, Klongtoey
Bangkok 10110
Thailand

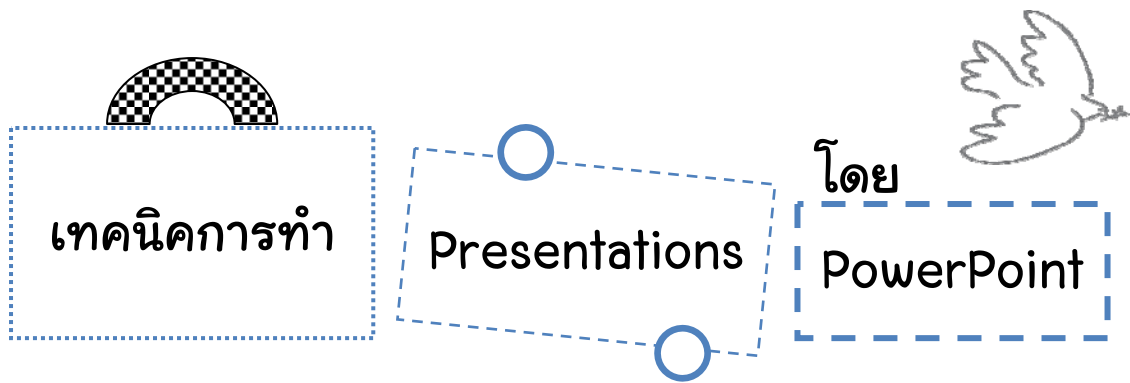
Tel: 02-2586303-4, 02-2606889

Fax: 02-2612206

Email : info@intelligence-strategies.com

www.intelligence-strategies.com





ความเป็นมา (ที่ชะอำ)

ในฐานะศิษย์เก่าภาควิชาการเงิน คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ดิฉันรู้สึกเป็นเกียรติอย่างมากที่ได้รับเชิญจาก รศ.ดร.กุลภัทรา สิริโรดม อาจารย์ผู้เป็นที่รักยิ่ง ให้มาบรรยายหัวข้อ “เทคนิคการทำ Presentations” ให้น้องนักศึกษาปีที่ 2-3-4 ในงาน Major Preparation Camp ประจำปีการศึกษา 2552

ดิฉันรู้สึกภูมิใจทุกครั้งที่มีโอกาสได้เป็นศิษย์เก่าของคุณนี้ แม้จะได้มีโอกาสไปร่ำเรียนที่มหาวิทยาลัยอื่นอีกหลายแห่ง แต่กลับไม่รู้สึกลูกพี่ลูกน้องมากเท่ากับที่ได้เรียนที่ธรรมศาสตร์ ในโลกข้างนอกร่วมมหาวิทยาลัย นักธุรกิจหลายต่อหลายคนต่างกล่าวชื่นชมความสามารถของ “เด็กบัญชีธรรมศาสตร์” ในฐานะพี่เก่าก็ขอฝากให้น้อง ๆ ช่วยกันรักษาความภาคภูมิใจนี้ให้อยู่กันเราตลอดไป

สุชาดา แสงสงวน

suchada@intelligence-strategies.com

7 กุมภาพันธ์ 2553

ทำ Presentation เรื่องอะไรดี

เนื่องด้วยมีเวลาบรรยายในหัวข้อนี้จำนวนไม่เกินสองชั่วโมง จึงขอเลือกบรรยายเพียงหัวข้อเดียว คือ เทคนิคการเตรียม PowerPoint ของแผนธุรกิจ อันเป็นเรื่องที่นักศึกษาน่าจะใช้ประโยชน์ได้มากที่สุดขณะกำลังเรียนหนังสืออยู่ในปัจจุบัน

การเตรียม PowerPoint ที่ดีช่วยให้ผู้ที่แม้จะพูดไม่เก่งก็สามารถนำเสนองานได้อย่างมืออาชีพ เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจเนื้อหาและเทคนิคทั้งหมดได้อย่างรวดเร็ว ขอเลือกแผนธุรกิจบ้านไร่กาแฟเป็นตัวอย่างการบรรยาย แผนธุรกิจบ้านไร่กาแฟฉบับนี้เขียนขึ้นในปี 2543 หรือเมื่อ 10 ปีที่แล้ว ขอให้นักศึกษาสนใจวิธีการเตรียม PowerPoint ใน การนำเสนอ มากกว่าเนื้อหาของแผนธุรกิจ

รู้จักผู้ฟัง

นักศึกษาควรรู้จักผู้ฟังให้มากที่สุด เพื่อให้สามารถเตรียม PowerPoint และเอกสารอื่น ๆ ให้เหมาะสมกับผู้ฟัง ตามรายละเอียดนี้

1. **จำนวนผู้ฟัง** การรู้จำนวนผู้ฟังช่วยให้นักศึกษาเตรียมเอกสารแจกได้ครบถ้วน จำนวนผู้ฟังยังสามารถช่วยนักศึกษาเตรียมเนื้อหาที่จะใส่ใน PowerPoint ได้เหมาะสม ถ้าจำนวนคนไม่มากนักผู้ฟังทุกคนสามารถเห็นจอภาพได้ชัดในระยะใกล้ นักศึกษาสามารถใช้ตัวอักษร (fonts) ที่มีขนาดเล็กลงได้ แต่ถ้ามีผู้ฟังจำนวนมาก คนนั่งหลัง ๆ อาจมองไม่เห็นจอภาพได้ชัด นักศึกษาควรต้องใช้ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่
2. **กลุ่มอายุ** อายุช่วงไหนหรืออายุเฉลี่ย เพื่อเลือกวิธีการนำเสนอที่ตรงใจผู้ฟัง
3. **เพศ** จำนวนผู้ชายและผู้หญิงเป็นอย่างไร เพื่อเตรียม PowerPoint แบบที่ผู้ฟังต้องการ
4. **สถานภาพทางครอบครัว** ผู้ฟังมีลูกหรือไม่ ควรใส่เนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของผู้ที่มีลูกหรือไม่
5. **สถานภาพทางสังคม** รายได้
6. **การศึกษา** เพื่อเลือกรูปแบบการพูด ภาษาที่ใช้ได้อย่างเหมาะสม
7. **ศาสนา** เป็นกลุ่มทางศาสนาเดียวกันหรือกลุ่มการเมืองเดียวกันหรือเปล่า นักศึกษาต้องเข้าใจความเชื่อของผู้ฟังในกลุ่มที่ตนเองจะพูด
8. **การงาน** ทำงานอะไร ตำแหน่งอะไร รับผิดชอบอะไรในองค์กร
9. **ความคาดหวังของผู้ฟัง** ทำไม่ถึงอยากฟังเรา ต้องการความบันเทิงหรือมุ่งเรื่องงานเพียงอย่างเดียว
10. **ความรู้พิเศษ** มีอะไรบ้าง มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางหรือมีความรู้ทั่วๆ ไป
11. **ความรู้พื้นฐานในเรื่องที่กำลังจะนำเสนอ** (ถ้ามี)
12. **ผู้ฟังอยากมาฟังด้วยความสมัครใจหรือไม่** หรือ ถูกบังคับให้มา ผู้ฟังรู้จักกันดีระหว่างสมาชิกในกลุ่มหรือเป็นคนแปลกหน้าทั้งนั้น แทบไม่รู้จักกันเลย



วัตถุประสงค์ของการนำเสนอ

การตั้งวัตถุประสงค์ของการนำเสนอทำให้เราจัดเตรียมเนื้อหาที่จะพูดได้เหมาะสมและทำให้ผู้ฟังเข้าใจประเด็นได้ดี วัตถุประสงค์ของการพูดอาจมีหนึ่งอย่างหรือมากกว่า ดังนี้

วัตถุประสงค์เพื่อ...	ตัวอย่างสถานการณ์ที่ใช้
แจ้งให้ทราบ (Inform)	แจ้งให้ทราบถึงแผนการระดมทุน
อธิบาย (Explain)	อธิบายแผนการตลาด
สอน (Instruct)	สอนเรื่องระบบการชงกาแฟ
โน้มน้าวใจ (Convince)	โน้มน้าวใจให้เลือกซื้อกาแฟสดแทนกาแฟสำเร็จรูป
ชักชวน (Persuade)	ชักชวนให้จอดรถเพื่อซื้อกาแฟที่ปั้มน้ำมัน
สร้างแรงบันดาลใจ (Inspire)	พูดบันดาลใจเห็นความสำคัญของการช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อย การประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่น
ให้ความบันเทิง (Entertain)	พูดให้ความบันเทิงในการดื่มกาแฟรสชาติดั้งเดิม
อื่น ๆ	

เทคนิคการเตรียม PowerPoint แบบพื้นฐาน

1. เตรียมตัว (Preparation)

- แน่ใจว่าทุกคนสามารถมองเห็นจอได้
- ตรวจสอบความเรียบร้อยของอุปกรณ์
- จัดวางอุปกรณ์ในตำแหน่งที่เอื้อถึงและเรียงตามลำดับความสำคัญ

2. การวางแผน (Planning)

- หนึ่งเรื่องหนึ่งสไลด์
- มีเฉพาะข้อมูลที่จำเป็น
- สั้นกระชับ
- ถูกต้อง

3. การออกแบบ (Design)

- หัวข้อใช้ตัวหนา
- เน้นคำโดยใช้ตัวใหญ่
- ตัวอักษรไม่เกิน 30 ตัวต่อบรรทัด
- 6-8 บรรทัดต่อสไลด์หนึ่งหน้า
- เริ่มจากด้านซ้าย

4. การใช้เทคนิคการแสดงผลข้อมูล (Display Techniques)

- a. การเปลี่ยนสไลด์กระชับ
- b. เน้นความสำคัญที่ละบรรทัด (Bullet)
- c. ใช้ Animation

5. การใช้เทคนิคการนำเสนอ (Presentation Techniques)

- a. อย่าบังภาพ
- b. ใช้ Pointer
- c. เมื่อไม่จำเป็นให้ปิดเครื่องชั่วคราว

ทำไมจึงต้องใช้ภาพประกอบ

- ผู้ฟังจำนวน 43% จะถูกโน้มน้าวใจได้จากรูปภาพ
- ผู้ฟังจะจ่ายเงินเพิ่ม 26% สำหรับสินค้าหรือบริการเดิม
- ผู้พูดสามารถเล่าเรื่องเดิมในเวลาสั้นลงถึง 25-40%

หากภาพหนึ่งภาพแทนคำได้เป็นพันคำ ดังนั้นภาพหนึ่งภาพจะแทนการพูดถึง 8 นาที ภาพที่ดีจะกระตุ้นความสนใจ ความชัดเจน ให้น้ำหนักและทำให้จดจำสิ่งที่ได้กล่าวไปแล้ว

รูปภาพที่ดีเป็นอย่างไร

รูปภาพที่ดีเปรียบเหมือนบิลล์บอร์ดที่อยู่ข้างทางด่วน ที่ผู้สัญจรผ่านไปมาสามารถอ่านได้แม้ขณะขับรถอยู่ที่ 100 กิโลเมตร/ชั่วโมง

กฎของรูปภาพประกอบที่ดี (สามอันแรกสำคัญที่สุด)

1. เรียบง่าย
2. ใช้สีให้เหมาะกับกลุ่มผู้ฟัง
3. แปลงตัวเลขเป็นกราฟพาย กราฟแท่ง
4. ใช้คำอธิบายให้น้อยที่สุด อย่าใช้ประโยคเต็ม ใช้ bullet ช่วย
5. ใช้รูปภาพ กราฟ สัญลักษณ์และการ์ตูนที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อ
6. หนึ่งสไลด์ต่อหนึ่งประเด็นหลัก
7. หากมีตัวอย่างสินค้าหรือสิ่งของนั้นก็ให้นำมาแสดงเลย มิฉะนั้นให้ใช้รูปถ่ายแทนได้
8. ใช้ภาพหรืออุปกรณ์ประกอบที่คุ้นเคยและมีความมั่นใจที่สุด
9. เปิดไฟให้สว่าง ผู้พูดคือข้อความที่ต้องการสื่อ ภาพประกอบที่ดีที่สุดคือตัวผู้พูดเอง

เทคนิคการใช้ภาพเพื่อความต่อเนื่อง (Graphics Continuity Techniques)

1. สไลด์แบ่งเนื้อหา (Bumper Slides)	จัดสไลด์แบ่งเนื้อหาโดยคั่นระหว่างแต่ละส่วนของการนำเสนอ เพื่อให้เป็นการนำเสนอที่รวดเร็ว ต่อเนื่อง และนำไปสู่เนื้อหาในส่วนถัดไป
2. รูปสัญลักษณ์/สัญลักษณ์สี (Indexing/Color Coding)	ใช้รูปหรือสัญลักษณ์ซึ่งมีหลายสี เพื่อเป็นสัญลักษณ์แสดงว่า อยู่ในส่วนของนำเสนอ เหมาะสำหรับการนำเสนอที่แบ่งเป็นหลายส่วน
3. รูปไอคอน (Icons)	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาด้วยรูปไอคอน เพื่อเน้นความสัมพันธ์
4. สัญลักษณ์กำหนดความสนใจ (Anchor Objects)	สร้างความต่อเนื่องในการนำเสนอด้วยการใส่สัญลักษณ์ที่เหมือนกันตลอดการนำเสนอเพื่อกำหนดความสนใจของผู้ฟัง
5. บริเวณพื้นที่ (Anticipation Space)	ใช้พื้นที่ว่างเริ่มต้นและเพิ่มเนื้อหาใส่กระทันหันเนื้อหาครบสมบูรณ์ตามต้องการ

การเปิดเรื่อง (Opening a Presentation)

การกล่าวเปิดเรื่องเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ผู้พูดมีเวลาประมาณ 2-3 นาทีที่จะทำตัวให้เป็นที่รู้จักกับผู้ฟัง ประโยคแรกของผู้พูดออกไปเป็นประโยคที่ทุกคนตั้งใจฟังมากที่สุด ผู้ฟังจะรู้ถึงการเตรียมตัวและสไตล์ของผู้พูดในทันที

การเปิดเรื่องจะทำได้ง่ายขึ้นเมื่อผู้พูดได้คิดการปิดเรื่องไว้ก่อนแล้ว ดังนั้นการเปิดเรื่องจึงเป็นเพียงการปูพื้นสำหรับการปิดเรื่องที่จะกล่าวในตอนท้ายสุดของการนำเสนอ

1	เริ่มจากคำถามที่สร้างความสนใจให้ผู้ฟัง	เริ่มด้วยการตั้งคำถามผู้ฟัง โดยเป็นคำถามที่ตรงกับความสนใจของผู้ฟังและเป็นคำถามที่สร้างความฉงน เช่น “คุณทราบหรือไม่ว่าสามีที่แต่งงานนานกว่าห้าปี จะฟังสิ่งที่ภรรยาพูดน้อยกว่า 5% ของคำพูดทั้งหมด”
----------	---	---

2	เริ่มจากข้อมูลทางสถิติหรือข้อเท็จจริง	เริ่มด้วยตัวเลขสถิติที่น่าสนใจ หรือข้อเท็จจริงที่ไม่เป็นที่แพร่หลาย หรือที่ผู้ฟังคาดไม่ถึง เช่น “จากรายงานของกรมสุขภาพจิตระบุว่า 90% ของคนกรุงเทพฯ มีปัญหาเรื่องการนอนหลับและมีความเสี่ยงต่อการเป็นโรคจิต”
----------	--	---

3 **เริ่มจากย้อนอดีต/อนาคต** เริ่มด้วยเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นในวันข้างหน้าหรือเหตุการณ์ในอดีตที่เป็นผลกระทบการเนื้อหาที่กำลังจะนำเสนอ เช่น “จากผลของภาวะโลกร้อน ในอีกห้าปีข้างหน้า...”

4 **เริ่มด้วยความเป็นมาของการนำเสนอ** เช่น “เมื่อเดือนที่แล้ว ผมได้รับเชิญจากคุณวิทยให้เข้าร่วมงานเปิดตัวสินค้าใหม่ที่ประเทศญี่ปุ่น”

5 **เริ่มด้วยเรื่องราวชีวิตของคนพิเศษ** เริ่มด้วยการเล่าเรื่องของบุคคลที่เป็นที่น่าสนใจ เช่น “ไมเคิลเป็นนักเรียนมัธยมที่ปัตตานี คุณพ่อเป็นบาทหลวง ไมเคิลเป็นแกนนำสำคัญของโครงการศาสนาสัมพันธ์ของกลุ่มวัยรุ่นในภาคใต้ ...”

6 **เริ่มด้วยทำให้คนกลัว** เช่น “ครั้งหนึ่งประเทศซิมบับเวมีอัตราเงินเฟ้อถึงกว่าสองล้านเปอร์เซ็นต์ ผู้คนในประเทศนี้ไม่มีเงินพอแม้แต่จะซื้อนมให้ลูก ความหายนะของประเทศเกิดขึ้นเพียงเพราะ...”

7 **เริ่มด้วยแรงจูงใจ** เช่น “ทุกท่านที่มาร่วมงานในวันนี้จะได้รับข้อมูลที่จะทำให้ท่านประหยัดเงินถึงกว่า 20% ในการซื้อบ้าน”

8 **เริ่มด้วยเรื่องสั้นๆ** เช่น “เมื่อปลายปีที่แล้ว เกิดเพลิงไหม้ที่ตึกกลางห้างหลัง ภายหลังไฟไหม้พนักงานดับเพลิงเข้าไปในสถานที่แล้วพบว่าทุกอย่างไหม้เสียหายหมดยกเว้นอุปกรณ์ชิ้นนี้”

9 **เริ่มด้วยข่าวที่กำลังอยู่ในความสนใจผู้ฟัง** เช่น “การตกลงของหุ้นอย่างรุนแรงเมื่อวันศุกร์ที่ผ่านมา นักเศรษฐศาสตร์ต่างเรียกเหตุการณ์นี้ว่าศุกร์ทมิฬ”

10 **เริ่มด้วยคำพูดของบุคคลสำคัญ** เริ่มด้วยคำพูดที่น่าเชื่อถือจากบุคคลอื่น เช่น “Don't ask what the country can do for you, ask what you can do for your country.”

11

เริ่มด้วยสำนวน เริ่มด้วยการยกคำพูดหรือสำนวนที่เป็นที่รู้จักกันดี เช่น “สิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น”

12

เริ่มด้วยการเปรียบเทียบ เริ่มด้วยการเปรียบเทียบระหว่างสองสิ่งซึ่งดูเหมือนจะไม่เกี่ยวข้องกัน เพื่อช่วยในเห็นภาพประเด็นนำเสนอที่ซับซ้อน หรือเป็นนามธรรม เช่น “เนื้อหาที่นำเสนอเปรียบเหมือนกระโปรงที่ผู้หญิงสวมใส่ ต้องสั้น เพื่อให้ผู้หญิงคนนั้นดูน่าสนใจ แต่ก็ยาวพอที่จะไม่ให้ดูน่าเกลียด”

13

เริ่มด้วยการเดาใจผู้ฟัง เช่น “ผมรู้ว่าทุกท่านที่มาวันนี้ เพราะต้องการรู้วิธีการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนสูงสุดในเวลาอีกสองชั่วโมงข้างหน้า ท่านจะได้เรียนรู้วิธีการลงทุนที่จะทำให้ท่านไม่ต้องทำงานอีกเลยในอีก 10 ปี”

14

เริ่มด้วยการขอความร่วมมือ เช่น “มาร่วมกันสร้างโครงการรั้วสีเขียวกันเถอะ ก่อนที่มหาวิทยาลัยของเราจะไม่มีเด็กมาเรียน...”



โครงสร้างการนำเสนอ (Flow Structures)

1. **แบ่งเป็นส่วนย่อย (Modular)** แบ่งส่วนย่อยของการนำเสนอ โดยแต่ละส่วนย่อยสามารถสลับลำดับการนำเสนอได้ เช่น

- ส่วนย่อยที่ 1. การทำงานของแผนกบัญชีและการเงิน
- ส่วนย่อยที่ 2. การทำงานของแผนกการตลาด
- ส่วนย่อยที่ 3. การทำงานของแผนกพัฒนาทรัพยากรบุคคล

2. **ลำดับเวลา (Chronological)** ลำดับเรื่องในแต่ละเวลาของการนำเสนอ โดยในการกล่าวถึงเหตุการณ์ควรกล่าวถึงเหตุการณ์ที่เกิดก่อนและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามลำดับ เช่น

ในปี 1998 เราได้สร้างโรงงานสีเขียวแห่งแรกที่จังหวัดระยอง
ในปี 2001 เราสามารถผลิตสินค้าไร้มลพิษอย่าง 100%
ในปี 2003 สินค้าของเราได้รับรางวัลชนะเลิศ

3. **ลำดับกายภาพ (Physical)** ลำดับเรื่องที่จะนำเสนอตามลักษณะทางกายภาพ ตามลักษณะพื้นที่ภูมิศาสตร์ เช่น

- สาขาของธนาคารในภาคเหนือ
- สาขาของธนาคารในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- สาขาของธนาคารในภาคกลาง
- สาขาของธนาคารในภาคใต้

4. **ลำดับตามตำแหน่งของรูป (Spatial)** ลำดับการนำเสนอตามตำแหน่งของรูป เช่น



5. **ปัญหา/วิธีแก้ไข**
(Problem/Solution)

ลำดับการนำเสนอด้วยการบอกปัญหา จึงตามด้วยวิธีการแก้ปัญหา เช่น

“การนั่งบนเครื่องบินติดต่อกันเป็นเวลาหลายชั่วโมง ทำให้การทำงานของร่างกายผิดปกติ ไม่ว่าจะเป็นระบบการนอนหลับ ระบบการสูบฉีดโลหิต ระบบการขับถ่าย และอื่น ๆ อีกมากมาย วิธีการแก้ไขสามารถทำได้โดย...”

6. **วัตถุประสงค์/คำตอบ**
(Objectives/Answers)

บอกวัตถุประสงค์และคำตอบของวัตถุประสงค์นั้น เช่น

“เพื่อเป็นการลดเวลาที่ใช้ในการชำระค่าบริการ บริษัทจึงเสนอทางเลือก 3 อย่างให้สำหรับผู้บริโภค ดังนี้...”

7. **ได้เปรียบ/เสียเปรียบ**
(Advantages/Disadvantages)

บอกถึงประโยชน์และโทษที่ได้รับ เช่น

“การอ่านหนังสือพิมพ์ในช่วงสองชั่วโมงแรกของการทำงาน ผู้อ่านจะทั้งเสียเปรียบและได้เปรียบผู้ร่วมงานคนอื่น ๆ ดังนี้...”

8. **เป้าหมาย/แผนที่การทำงาน**
(Goal/Roadmap)

บอกถึงเป้าหมายที่ต้องการและแผนที่การทำงานเพื่อให้ไปถึงเป้าหมายนั้น เช่น

“เราต้องการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการอีก 15% ภายในสิ้นปีนี้ วิธีการไปให้ถึงเป้าหมายนั้นสามารถทำได้ 3 ขั้นตอน คือ...”

9. **รูปแบบ/หน้าที่หรือการใช้งาน**
(Form/Function)

นำเสนอด้วยการมีแนวคิดหรือหัวข้อหลักไว้เป็นศูนย์กลาง แล้วอธิบายหน้าที่การใช้งานหรือวิธีการทำต่าง ๆ ของแนวคิดหรือหัวข้อนั้น เช่น

“แผนกอำนาจการ มีหน้าที่
แผนกรับลงทะเบียน มีหน้าที่
แผนกควบคุมเครื่องเสียง มีหน้าที่ ...”

10. **ลักษณะ/ประโยชน์ (Features/Benefits)** นำเสนอสินค้าหรือบริการโดยนำเสนอลักษณะของสินค้าและบริการ รวมถึงประโยชน์ของสินค้าและบริการ เช่น
 “มือถือรุ่น xx มีลักษณะบาง ขนาดเท่าบัตรเครดิต ใช้ถ่ายรูปได้คมชัด เล่นอินเทอร์เน็ตได้”

11. **เปรียบเทียบ/ความต่าง (Compare/Contrast)** นำเสนอในลักษณะการเปรียบเทียบเป็นขั้นตอน เพื่อแสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างบริษัทของคุณกับบริษัทอื่น

	สินค้า A	สินค้า B
อายุการใช้งาน	20 เดือน	15 เดือน
ระยะเวลารับประกัน

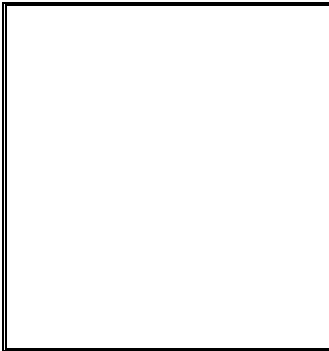
12. **จินตนาการ/ความเป็นจริง (Ideal/Reality)** นำเสนอในลักษณะการเปรียบเทียบความแตกต่างของสิ่งที่ เป็นจินตนาการและสิ่งที่ เป็นจริงในปัจจุบัน
 “สิ่งที่เราหวัง คือ พนักงานมาทำงานตรงเวลาทุกคน แต่สิ่งที่ เป็นอยู่ในปัจจุบัน คือ มีเพียงร้อยละ 90 เท่านั้นที่ทำได้”

13. **วิธีการเดิม/วิธีการใหม่ (Old Way/New Way)** นำเสนอในลักษณะการเปรียบเทียบให้เห็นถึงวิธีการเดิมที่ทำอยู่ กับวิธีการใหม่ที่ดีกว่าเดิม เช่น
 “ก่อนหน้านี้เราเคยใช้เวลาเดินทางถึง 10 ชั่วโมง แต่ด้วยวิธีการ ใหม่นี้ เราใช้เวลาเดินทางเพียง 7 ชั่วโมง”

14. **ตอบคำถามก่อนมีคำถาม (Rhetorical Questions)** นำเสนอคำถามและตอบคำถามซึ่งอาจเกิดขึ้นกับผู้ฟัง เป็นการ นำเสนอให้ชัดเจนมากขึ้น เพราะเสนอคำตอบของปัญหาที่อาจจะ เกิดขึ้นได้กับผู้ฟัง โดยที่ผู้ฟังไม่จำเป็นต้องถาม เช่น
 “ซอฟต์แวร์ XX ใ้กับคอมพิวเตอร์ทุกตัวหรือไม่?”
 “ซอฟต์แวร์ XX ดีกว่า ซอฟต์แวร์ YY อย่างไร?”
 “ซอฟต์แวร์ XX พัฒนาได้สมบูรณ์ขนาดไหน?”

การเชื่อมโยงภายใน (Internal Linkages)

<p>1. กล่าวถึงลำดับเรื่องในการ นำเสนอ (Reference the Flow Structure)</p>	<p>กล่าวถึงเสมอๆ ว่า ลำดับเรื่องในส่วนต่าง ๆ ซึ่งการนำเสนอของเราเป็นอย่างไร เพื่อให้ผู้ฟังทราบและตามลำดับการนำเสนอของเราได้ เช่น</p> <p>“ท่านได้รับทราบประโยชน์ข้อที่หนึ่งและข้อที่สองไปแล้ว ต่อไปผม/ดิฉันขออธิบายประโยชน์ข้อที่สามของโครงการนี้ ดังนี้ ...”</p>
<p>2. อ้างอิงเนื้อหา ก่อนหรือหลัง (Cross-Reference)</p>	<p>ใช้เมื่อต้องการที่จะกล่าวถึงเนื้อหาที่จะพูดต่อไป แต่ยังไม่ลงรายละเอียดในตอนนี้อย่างไร โดยการกล่าวว่า “ผม/ดิฉันจะอธิบายหัวข้อนี้โดยละเอียดในส่วนที่ 3” ดังนั้นเมื่อถึงเวลาที่ต้องพูดในหัวข้อนั้น ๆ ก็กล่าวเพียงสั้น ๆ ว่า “ตอนนี้ก็ถึงเวลาที่เราจะเข้าสู่หัวข้อสำคัญที่ผม/ดิฉันได้กล่าวนำมาตั้งแต่ตอนต้นเรื่อง”</p> <p>วิธีการนี้เป็นการบอกผู้ฟังอย่างแยบคายว่าเนื้อหาการพูดได้รับการวางแผนไว้เป็นอย่างดีแล้ว ผู้ฟังจะรู้สึกที่เราเป็นผู้พูดที่มีประสิทธิภาพ</p>
<p>3. ตั้งระยะคำถามคำตอบ (Rhetorical Question)</p>	<p>ตั้งคำถามที่เกี่ยวข้องไว้ และให้คำตอบในเวลาต่อมา เช่น</p> <p>“การเปลี่ยนแปลงองค์กรของเราแต่ละครั้ง ล้วนสร้างสีสันให้กับอุตสาหกรรมค้าปลีกเป็นอย่างมาก สิ่งที่อยู่ในใจของทุกคนตอนนี้ก็คือ จะมีอีกเมื่อไหร่?”</p> <p>“กับข่าวการทำตัวเป็นนักเลงหัวไม้ของลูกนักรบเมืองหลายคนที่เกิดขึ้นแทบทุกวัน ชาวบ้านต่างพากันสงสัยว่าพ่อแม่ของเด็กเหล่านี้หายไปไหนหมด? วันนี้ท่านจะรู้คำตอบ...”</p>
<p>4. ใช้ความเดิมซ้ำ (Recurring Theme)</p>	<p>ยกตัวอย่างคน เหตุการณ์ หรือให้ข้อมูลซึ่งได้กล่าวถึงแล้วในการนำเสนอในส่วนแรก และอ้างถึงอีกหลายครั้งตลอดการนำเสนอ เช่น “สมพงษ์เข้ารักษาตัวที่โรงพยาบาลเอกชนนี้เมื่อต้นเดือน” เป็นการกล่าวเปิดเรื่องโดยใช้สมพงษ์เป็นตัวดำเนินเรื่อง</p> <p>เมื่อพูดถึงคำรักษาพยาบาลของโรงพยาบาลเอกชนแห่งนี้ เราอาจเอ่ยถึงสมพงษ์อีกครั้ง “เพราะโครงการประกันสุขภาพหมู่ที่</p>



หน่วยงานของสมพงษ์ได้ทำไว้ให้พนักงานทุกคน สมพงษ์สามารถรักษาตัวที่โรงพยาบาลนี้ได้จนอาการหายสนิท”

และเมื่อพูดถึงโครงการประกันสุขภาพหมู่ นี้ เราอาจพูดว่า “เพราะการบริการที่กว้างและครอบคลุมการรักษาทุกโรคของโครงการประกันสุขภาพหมู่ นี้ แม้พนักงานเงินเดือนน้อยอย่างสมพงษ์ก็สามารถเข้ารักษาที่โรงพยาบาลเอกชนได้จนหายสนิท”

5.
ย่ำคำพูด (Mantra)

ใช้คำพูด วลี หรือสโลแกนที่ติดหูผู้ฟังให้บ่อยครั้งในการนำเสนอ เช่น “พร้อมไหมครับ/คะ” “การพูดในที่ชุมชนเป็นเรื่องง่าย” “ไม่ลองไม่รู้” “อะไรก็ได้” เป็นต้น

6.
สรุปในส่วนตัว
(Internal Summary)

หยุดตรงช่วงต่อของส่วนเนื้อหาต่าง ๆ ของการนำเสนอ เพื่อสรุปความในส่วนที่ได้นำเสนอเสร็จไป เช่น

“ขอสรุปการทำงานทั้งหมดของทีมที่หนึ่งว่าเป็นการสร้างพื้นศาลาและปรับภูมิทัศน์บริเวณทางเดิน ต่อไปจะขออธิบายการทำงานของทีมที่สอง...”

7.
เน้นย้ำเป้าหมาย
(Target Reinforcement)

กล่าวซ้ำถึงเป้าหมายการนำเสนอในตอนแรกและตอนสุดท้าย เช่น

“การบรรยายในวันนี้เป็นเรื่องการลงทุนในการศึกษา ซึ่งเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าที่สุด ผม/ดิฉันต้องการให้ผู้ปกครองคำนึงถึงอนาคตการศึกษาของบุตรหลานก่อนการตัดสินใจลงทุนในสิ่งอื่น”

เมื่อบรรยายจบไปแล้ว ให้สรุปว่า “การลงทุนในการศึกษา จึงเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าที่สุด”

8.
เน้นชื่อหน่วยงาน สินค้า
หรือบริการ

กล่าวถึงชื่อหน่วยงาน สินค้าหรือบริการบ่อยครั้ง เมื่อต้องการประชาสัมพันธ์

หากการนำเสนอเน้นไม่ใช้การประชาสัมพันธ์หน่วยงาน สินค้าหรือบริการของเรา ก็ไม่ควรเอ่ยชื่อมากกว่าตอนแรกและตอนท้ายของการนำเสนอ

การเชื่อมโยงภายนอก (External Linkages)

เป็นการเชื่อมโยงเนื้อหาเข้ากับผู้ฟัง เพื่อให้ผู้ฟังรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการนำเสนอ

<p>1. การกล่าวถึงโดยตรง (Direct Reference)</p>	<p>กล่าวถึงผู้ฟังโดยเฉพาะเจาะจง โดยกล่าวถึงชื่อของผู้ฟังคนใดคนหนึ่ง หรือหลายคน เช่น “คุณวันชัยเป็นผู้หนึ่งที่เคยเข้าร่วมโครงการของเรามาแล้ว”</p>
<p>2. การกล่าวอ้างอิงถึง ความสัมพันธ์ (Mutual Reference)</p>	<p>กล่าวถึงบุคคล บริษัท หรือองค์กร ซึ่งเชื่อมสัมพันธ์ระหว่างผู้พูดและผู้ฟัง เช่น เมื่อเรารู้ว่าเจ้าของบริษัทบิวหวานคือคนเดียวกับเจ้าของบริษัทสัมฤทธิ์ และเราเคยให้บริการบริษัทบิวหวานมาก่อน ดังนั้นให้เราเล่าถึงบริการนั้นให้บริษัทสัมฤทธิ์ฟัง</p>
<p>3. การถามคำถาม (Ask Questions)</p>	<p>ถามคำถามโดยตรงไปยังผู้ฟังคนหนึ่งหรือกลุ่มของผู้ฟัง เช่น “มีใครเดินทางมาที่นี่ด้วยรถส่วนตัวบ้าง”</p>
<p>4. การกล่าวถึงเหตุการณ์ ในปัจจุบัน (Contemporize)</p>	<p>กล่าวถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในวันนี้ เช่น “เมื่อคืนที่ผ่านมามีไฟไหม้โรงงานแห่งหนึ่งแถวพระประแดง ไฟไหม้หนักมากจนตำรวจต้องปิดถนน รถไม่สามารถผ่านไปมาได้ ทำให้รถติดมาจนถึงตอนนี้...”</p>
<p>5. การกล่าวถึงสถานที่ ที่นำเสนอ (Localize)</p>	<p>กล่าวถึงสถานที่ที่นำเสนอของเราในวันนี้ เช่น “จากสำนักสถิติแห่งชาติระบุว่าคนอยุธยามากกว่าครึ่งหนึ่งมีที่ดินครอบครองเป็นของตนเอง” หรือ</p>
<p>6. ข้อมูล (Data)</p>	<p>กล่าวถึงข้อมูลซึ่งสัมพันธ์และสนับสนุนกับเนื้อหาที่เรากำลังสื่อสารแก่ผู้ฟัง เช่น เมื่อเรารู้ว่าผู้ฟังกลุ่มนี้เป็นแฟนฟุตบอลสโมสรหนึ่ง ให้เราบอกข้อมูลใหม่เกี่ยวกับสโมสรนี้ให้ผู้ฟังทันที “เมื่อเช้านี้ผมอ่านข่าวต่างประเทศพบว่าผู้จัดการสโมสรนี้ตัดสินใจต่อสัญญา...”</p>

การปิดเรื่อง (Closing a Presentation)

การปิดเรื่องเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่ง การปิดเรื่องที่ดีต้องครอบคลุมวัตถุประสงค์และผลลัพธ์ที่ต้องการ ดังนั้นการปิดเรื่องจึงควรเขียนก่อนการเปิดเรื่องและเนื้อหาหลัก ทุกเรื่องและผู้พูดพูดและทำในการเปิดเรื่องและเนื้อหาหลักต้องสอดคล้องและสนับสนุนการปิด

<p>1. จบด้วยเรื่องราวของ ความสำเร็จ</p>	<p>สรุปจุดแข็งและประโยชน์ แสดงให้ผู้ฟังเห็นว่าเป็นสิ่งเดียวกันกับที่กล่าวไว้ในตอนแรก เช่น “หลังจากที่นินสาเข้าร่วมโครงการนี้ เธอได้รับสิ่งที่เธอปรารถนามานาน...”</p>
<p>2. จบด้วยการป้องกัน ปัญหา</p>	<p>แสดงให้ผู้ฟังเห็นหน้าที่หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการที่จะช่วยป้องกันปัญหา ลดความเสี่ยง และบรรลุวัตถุประสงค์ เช่น “จากที่พูดมาทั้งหมด ท่านจะเห็นว่า สินค้านี้ช่วยลดอุบัติเหตุไฟฟ้าช็อตได้ถึง 20%”</p>
<p>3. จบด้วยการสรุป</p>	<p>ย้ำถึงความสำคัญที่สุดของเนื้อหาอีกครั้ง แล้วอ้างข้อเท็จจริง ข้อพิสูจน์ ตัวอย่าง ข้ออ้างอิงที่สนับสนุนประเด็นที่สำคัญที่สุดนั้น เช่น “จากหลักฐานทางการแพทย์ที่ได้นำเสนอมาทั้งหมดนี้ เป็นสิ่งยืนยันได้ว่าการเข้าร่วมโครงการนี้ของคุณจะลดความเสี่ยง...”</p>
<p>4. จบด้วยการให้ผู้ฟัง จินตนาการถึง ความสำเร็จ</p>	<p>“เมื่อคุณใช้สินค้าของเรา ภายใน 30 วัน คุณจะเห็นการเปลี่ยนแปลงในตัวเอง...”</p>
<p>5. จบด้วยการขอร้องให้ กระทำการอย่างหนึ่ง</p>	<p>“กลับถึงบ้านวันนี้ ผม/ดิฉันอยากให้คุณพบกับคนที่คุณรักที่สุดว่า เขามีค่าต่อคุณเพียงไร”</p>
<p>6. จบด้วยความซาบซึ้ง</p>	<p>จบด้วยคำกล่าวที่กินใจจากบุคคลที่เป็นที่ยอมรับทั่วไป เช่น เดล คาร์เนกี กล่าวว่า “เมื่อต้องติดต่อกับผู้คน จำไว้เสมอว่าคุณไม่ได้ติดต่อกับสิ่งมีชีวิตที่มีเหตุผลแต่เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีอารมณ์ความรู้สึก”</p>

<p>7. จบด้วยความกลัว</p>	<p>“อีกไม่ถึงสิบปี ประเทศไทยจะเกิดวิกฤติน้ำอย่างรุนแรง...”</p>
<p>8. จบด้วยแรงจูงใจ</p>	<p>“ลงทุนกับเราวันนี้ คุณจะมีบ้านเป็นของตนเอง...”</p>
<p>9. จบด้วยคำถามและ ทางเลือก</p>	<p>“เราจะล้มเลิกโครงการนี้แล้วให้คุณแข่งแข่งหน้าเราไปหรือเราจะสู้ เพื่อครองความเป็นหนึ่งด้านบริการ อนาคตของบริษัทท่านเป็นผู้ กำหนด”</p>
<p>10. จบอย่างประหลาดใจ</p>	<p>เปิดเพลงที่ต้องการให้ทุกคนจดจำ หรือ พาดคนที่ได้ยกตัวอย่างมาตลอดทั้งเรื่องมาปรากฏตัวเองและ ช่วยกล่าวปิด</p>

ก่อนการนำเสนองาน
นักศึกษาต้องเตรียมตัวให้พร้อม

