

ชนะใจลูกค้าใน 10 นาที



ด้วย

AI

และ **Canva**

การทำสไลด์ที่สวยแต่ลูกค้าไม่สนใจ
คือเรื่องไร้ประโยชน์
เพราะสไลด์ที่ดีคือ **สไลด์ที่ชนะใจลูกค้า**
และ**ปิดข้อได้อย่างรวดเร็ว**



รณเชษฐ จิรกิจญประภา
(อาจารย์ตฤณ)

ชนะใจลูกค้าใน

10 นาที

ด้วย

AI  และ

Canva

ธเนษฐ จีรกิจญประภา
(อาจารย์ตฤณ)

ชนะใจลูกค้าใน 10 นาที ด้วย AI และ Canva

ธนesh จิรกิจญประภา (อาจารย์ตฤณ)

ได้รับการอนุญาตจัดพิมพ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับเพิ่มเติม) พ.ศ.2558 ห้ามลอกเลียนส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้
มิเช่นนั้นจะถือว่าละเมิดลิขสิทธิ์และมีความผิดทางอาญา

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

ธนesh จิรกิจญประภา.

ชนะใจลูกค้าใน 10 นาที ด้วย AI และ Canva.- กรุงเทพฯ : เช็ก, 2569.

320 หน้า.

1. ปัญญาประดิษฐ์ – การใช้ในการตลาด. I. ชื่อเรื่อง.

658.80028563

ISBN 978-616-609-349-0

- ที่ปรึกษากฎหมาย :** อนันต์ แยมเกษร น.บ. น.ม. นศ.ม.
บรรณาธิการอำนวยการ : สหวิทย์ เฉลิมชัยวัฒน์
บรรณาธิการบริหาร : วิภาวี เฉลิมชัยวัฒน์
ผู้เขียน : ธนesh จิรกิจญประภา
บรรณาธิการ : เปี่ยมศักดิ์ คุณากรประทีป
กองบรรณาธิการ : มาริสา ไกรถาวร นิตานารถ โชติมาภรณ์
พัทธธีรา เจริญหทัยรัตน์
พิสูจน์อักษร : ภัทรธิดา ชัยเพชร พลอยไพลิน เขียวทอง
ออกแบบปก : Graphic Room
ศิลปกรรม : Graphic Room
- จัดพิมพ์โดย :**  **สำนักพิมพ์ เช็ก**
ในเครือบริษัท เพชรประกาย จำกัด
81 อาคารเพชรประกาย ถนนเสรีไทย
แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510
โทรศัพท์ 0 2540 5535 # 103 โทรสาร 0 2540 5568
Homepage : <http://www.phetpraguy.com>
- พิมพ์ที่ :** บริษัท พี เอ็น เค แอนด์ สกายพรีนตติ้ง จำกัด
5 ซอยมาเจริญ 1 แยก 1 ถนนมาเจริญ
แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160
- จัดจำหน่ายโดย :**  **บริษัท อมรินทร์ บัค เข็นเตอร์ จำกัด**
108 หมู่ที่ 2 ถนนบางกรวย-จตุรนต์
ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอบางกรวย นนทบุรี 11130
โทรศัพท์ 0 2423 9999 โทรสาร 0 2449 9500-6
Homepage : <http://www.naiin.com>

ราคา 495 บาท

คุณไม่จำเป็นต้องเป็นนักออกแบบ
ก็สามารถสร้างสไลด์ที่ทรงพลังได้
ไม่จำเป็นต้องเป็นนักพูดมืออาชีพ
ก็สามารถทำให้ผู้ฟังเชื่อถือได้
ขอเพียงคุณรู้ว่าผู้ฟังต้องการอะไร
และจะสื่อสารอย่างไรให้เขาเข้าใจ
คุณก็สามารถชนะใจลูกค้าได้
ภายใน 10 นาที



คำนำสำนักพิมพ์

ในอดีตการสร้างสไลด์มักเป็นอะไรที่ต้องใช้เวลานานทั้งในเรื่องการหาข้อมูล การออกแบบสไลด์ การลงรายละเอียดต่างๆ ที่ทำให้เสียเวลาอย่างต่ำๆ ประมาณ 3 ชั่วโมง หรือบางคนอาจจะใช้เวลาหลายวันเพื่อให้ได้สไลด์ที่โดนใจลูกค้า

แต่ในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีได้เปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานไปอย่างมากมาย

**AI สามารถช่วยคิดเนื้อหา
ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างแม่นยำ**

**ขณะเดียวกัน
แพลตฟอร์มอย่าง Canva
ก็ทำให้การออกแบบสไลด์
เป็นเรื่องที่ทุกคนสามารถทำได้
ราวกับเป็นมืออาชีพ**

**“ชนะใจลูกค้าใน 10 นาที
ด้วย AI และ Canva”**

ผลงานของ **คุณธนษฐ์ จิรกิจญประภา** หรือ **อาจารย์ ตฤณ** คือการถ่ายทอดประสบการณ์การทำงานด้านการสื่อสารเชิงธุรกิจ โดยเฉพาะในเรื่องการนำเสนอให้สามารถชนะในลูกค้ายภายใน 10 นาที ซึ่งเป็นศาสตร์ที่อาจารย์ตฤณมีความถนัดและบรรยายให้กับบริษัทชั้นนำระดับโลกและระดับประเทศหลายๆ แห่ง

หนังสือเล่มนี้จึงรวบรวมแนวคิดและเทคนิคสำคัญเกี่ยวกับการพรีเซนต์ ตั้งแต่การเข้าใจลูกค้า การสร้างเรื่องเล่า การจัดโครงสร้างสไลด์ การใช้ภาพเพื่อสื่อสาร ไปจนถึงการปิดการพรีเซนต์อย่างมืออาชีพ

นอกจากนี้ผู้อ่านยังจะได้เรียนรู้วิธีใช้ AI ให้เป็นผู้ช่วยในการคิดและเตรียมเนื้อหา รวมถึงการใช้ Canva เพื่อสร้างสไลด์ที่ดูเป็นมืออาชีพภายในระยะเวลาอันสั้น

สุดท้ายผมหวังว่าองค์ความรู้ต่างๆ ที่อยู่ในหนังสือเล่มนี้จะช่วยให้คุณผู้อ่านทุกท่านสามารถนำไปยกระดับพัฒนาความสามารถด้านการนำเสนอและสามารถใช้ AI มาเป็นผู้ช่วยในการทำสไลด์ให้ออกมาโดนใจลูกค้าและสามารถปิดดีลได้ตามที่ต้องการ

เปี่ยมศักดิ์ คุณากรประทีป

บรรณาธิการ



คำนำผู้เขียน

ผมเชื่อว่า Presentation ไม่ใช่เรื่องของสไลด์ แต่คือเรื่องของ “การเชื่อมโยงคน” และในยุค AI เครื่องมือดีๆ อย่าง Canva ChatGPT Claude หรือ NotebookLM ไม่ได้มีไว้เพื่อให้สไลด์ดูสวยงาม แต่เพื่อให้ “สารของคุณชัดเจน” และ “ความคิดของคุณเสียงดังกว่าเดิม” และสามารถทำงานที่แต่เดิมใช้เวลาหลายชั่วโมงให้จบได้แค่หลักวินาที

เทคโนโลยีที่ทรงพลังอย่าง Canva และ AI เป็นเสมือนผู้ช่วยที่เก่งมากๆ อยู่ข้างตัว สามารถจำหนังสือและบทความได้นับล้านๆ เล่ม เชี่ยวชาญภาษานับสิบๆ ภาษา และพร้อมช่วยคุณตลอด 24 ชั่วโมง และที่สำคัญสามารถใช้ได้แบบฟรีๆ หรือจะใช้เวอร์ชันเสียเงินก็ได้

ยุคนี้ไม่ใช่การแข่งขันว่าใครพูดเก่งกว่า แต่คือการแข่งขันว่า “ใครสื่อสารชัดกว่า เข้าถึงใจกว่า และใช้เวลาน้อยกว่า”

AI อย่าง ChatGPT จะช่วยให้คุณอ่าน วิเคราะห์ สกัดเนื้อหาสาระ และสร้าง Key Message ที่เฉียบคมจากตำราหรือบทความนับร้อยหน้าได้ในเวลาไม่กี่วินาที

Canva จะช่วยให้คุณแปลงสิ่งนั้นให้กลายเป็นภาพ เป็นสไลด์ เป็นเว็บไซต์ เป็นหลากหลายสื่อทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ด้วยคุณภาพการออกแบบระดับมืออาชีพ

โลกนี้ไม่ได้เป็นยุคของปลาใหญ่กินปลาเล็กเสมอไป แต่เป็นยุคที่ “ปลาเร็วกินปลาช้า” เราไม่ได้อยู่ในยุคที่ต้องเรียนรู้ไล่จาก 0 ไปถึง 10 อีกแล้ว แค่เราใช้ AI ก็เหมือนเราได้เริ่มต้นที่ 5 แทนที่จะต้องเริ่มจาก 0 ใครเรียนรู้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตอย่าง Canva และ AI ก่อน ย่อมได้เปรียบกว่า

หนังสือเล่มนี้กลั่นจากประสบการณ์กว่า 20 ปี ในบทบาทนักสื่อสารในหลากหลายตำแหน่ง และกว่า 12 ปี ในบริษัทมหาชน ในตำแหน่ง Executive Producer, Marketing Communication Manager, Project Manager และ Digital Marketing Manager รวมถึงบทบาทการเป็นวิทยากรและที่ปรึกษาด้านการสื่อสารธุรกิจให้กับบริษัทเอกชนและองค์กรภาครัฐ

ถ้าคุณพร้อมจะเปลี่ยนจากคนที่ “พูดเพราะต้องออกมาพูด” มาเป็นคนที่ “พูดแล้วมีคนรอฟัง” หนังสือเล่มนี้จะพาคุณก้าวสู่จุดนั้น สิ่งที่คุณต้องการจากคุณไม่ใช่ Perfect Presentation แต่เป็นการนำเสนอที่ดี ทั้งเนื้อหา สไลด์ การนำเสนอ และที่สำคัญที่สุดคือต้องเป็นประโยชน์กับพวกเขา

เพราะสุดท้ายแล้ว การฟรีเซนต์ไม่ได้แค่ขายของ - แต่มันขายอนาคตของคุณด้วย

ธเนษฐ จิริกิจญประภา
(อาจารย์ตฤณ)

สารบัญ

บทนำ

สไลด์ที่เปลี่ยนชีวิต 10

บทที่ 1

ความลับของคนที่มีพรึ่ชนต์แล้ว “ชนะใจผู้ฟัง” 14

บทที่ 2

เข้าใจลูกค้าก่อนเข้า Canva 24

บทที่ 3

เล่าเรื่องให้ชนะ ก่อนขายของ (Story That Sell) 36

บทที่ 4

โครงสร้างสไลด์ที่ชนะใจคนฟังใน 10 นาที
(10-Mins Slide Architecture) 60

บทที่ 5

เทคนิคการใช้ AI เป็นเพื่อนคู่คิดของคุณ 78

บทที่ 6

AI Tools ที่ช่วยสร้าง Presentation มืออาชีพ 102

บทที่ 7

ศิลปะแห่งการออกแบบเพื่อสื่อสาร
(Design Thinking for Slides) 144

บทที่ 8

Canva คือนักออกแบบมืออาชีพข้างตัวคุณ 164

บทที่ 9

สไลด์ที่สร้างแบรนด์ (Build Your Brand Deck) 198

บทที่ 10

ใช้รูปภาพแทนคำพูด (Visual Storytelling) 212

บทที่ 11

เทคนิคการบริหารจัดการตัวเองก่อนการพรีเซนต์ 238

บทที่ 12

ปิดการพรีเซนต์อย่างมีพลัง
(The Art of a Powerful Close) 260

บทที่ 13

ชนะใจผู้บริหารระดับสูง
(Presenting to Top Executives) 274

บทที่ 14

เทคนิคการเตรียมตัวและอุปกรณ์ก่อนการพรีเซนต์ 298

บทส่งท้าย 310

บทนำ

สไลด์ที่ เปลี่ยนชีวิต

10 นาที ที่เปลี่ยนอนาคตของคุณได้

พวกเราอยู่ในยุคที่ความสนใจของคนหดสั้นลงเหลือแค่หลักวินาทีครับ

คลิป TikTok ต้องสะกดคนดูได้ใน 3 วินาทีแรก คลิป YouTube ควรดึงความสนใจให้ได้ภายใน 10 วินาทีแรก

คุณอาจเก่งที่สุดในห้อง มีไอเดียเจ๋งที่สุดในทีม แต่ถ้าคุณ **“พูดแล้วผู้ฟังไม่เข้าใจ”** หรือ **“พรีเซนต์แล้วชนะใจผู้ฟังไม่ได้”** ไอเดียนั้นจะหายไปในอากาศ เหมือนเสียงที่ไม่มีใครฟัง

หลายคนคิดว่าการพรีเซนต์ต้องยาว ต้องใช้เวลาเพื่ออธิบายสิ่งที่คุณตั้งใจเตรียมมา แต่ความจริงกลับตรงข้าม ผู้นำระดับโลก นักขายมืออาชีพ และนักลงทุนพันล้าน มีสิ่งหนึ่งเหมือนกัน **พวกเขาสามารถ “ชนะใจลูกค้า” ในเวลาไม่เกิน 10 นาที**

การศึกษาจาก McKinsey (2022) พบว่าผู้บริหารใช้เวลาเฉลี่ย **3-5 นาที** ตัดสินใจว่าจะ **“ฟังต่อ”** หรือ **“หันไปทำอย่างอื่น”**

งานวิจัยจาก Harvard Business Review (2021) ชี้ว่า **“Hook”** หรือการเปิดเรื่องใน 30 วินาทีแรก มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อ **“การโน้มน้าวให้ผู้บริหารเชื่อถือ”** และ **“เพิ่มโอกาสที่พวกเขาจะฟังต่อ”**

ประสบการณ์ตรงที่ผมได้อยู่ในห้องประชุมของบริษัทมหาชนกว่า 10,000 ชั่วโมง บอกผมว่าการ **“พรีเซนต์เก่งจนชนะใจผู้ฟัง”**

เป็นทักษะที่ “แยกคนทำงานระดับมัธยมนอกจากพนักงาน
ระดับธรรมดา”

**“คนเก่งหลายคน
ไม่ได้เติบโตในองค์กร
เพราะว่าฟรีเซนต์ไม่เป็น
ในขณะที่
คนธรรมดาหลายคน
เติบโตรวดเร็ว
จากการฟรีเซนต์เก่ง”**

ประโยคของผู้บริหารระดับผู้อำนวยการเคยบอกผมในการ
ประชุมด้วยกันครั้งหนึ่ง

พนักงานบริษัทที่ฟรีเซนต์เก่ง ถูกมองว่าเป็นคนคิดเก่ง มี
ตรรกะการคิดที่ดี สื่อสารได้ดี ตอบคำถามได้ชัดเจนตรงประเด็น
กลายเป็นคนที่ฉายแววโดดเด่นเหนือพนักงานคนอื่น

เจ้าของธุรกิจที่ฟรีเซนต์เก่ง ถูกมองว่าเป็นคนทำธุรกิจเก่ง
ฉลาด มีวิสัยทัศน์ สามารถเล่าเรื่องยากๆ ให้เข้าใจง่ายได้ เป็นคน
ที่น่าเชื่อถือ และส่งผลไปถึงความน่าเชื่อถือของธุรกิจด้วยเช่นกัน

การฟรีเซนต์เก่งไม่ได้เป็นทักษะที่ถ้ามีก็ดี แต่ **เป็นทักษะที่
สร้างแต้มต่อให้กับชีวิตและธุรกิจได้จริง ๆ**

ใครคือ “ลูกค้าของคุณ”

คำว่า “ลูกค้า” ในชื่อหนังสือเล่มนี้มีได้หลายความหมาย

ถ้าคุณเป็นพนักงานบริษัท

ลูกค้าของคุณอาจจะเป็นเจ้านายของคุณ

ถ้าคุณเป็น Solopreneur

ลูกค้าของคุณอาจจะเป็นรุ่นพี่ที่คุณไปเสนอโปรเจกต์

ถ้าคุณเป็น SMEs

ลูกค้าของคุณอาจจะเป็นฝ่ายจัดซื้อที่ขึ้นชื่อตายในการสั่งซื้อ
สินค้าของคุณเข้าไปขายในห้างของเขา

ถ้าคุณเป็น MD บริษัทของตัวเอง

ลูกค้าของคุณอาจจะเป็น Business Partner ที่ได้เจอกันใน
งาน BNI

10 นาที ที่คุณอยู่ตรงนั้น คือเวลาที่ว่าคุณต้องทำให้ผู้ฟัง
“เห็นคุณค่าในสิ่งที่คุณนำเสนอ” ไม่ใช่แค่เข้าใจ แต่ “ชนะใจ”
และ “ทำให้เขาอยากร่วมทางไปกับคุณ”

บทที่ 1

ความลับของคน
ฟรีเซนต์แล้ว
“ชนะใจผู้ฟัง”

ด้วยบทบาทการเป็นพนักงานระดับผู้จัดการแล้วมีโอกาสได้ทำสไลด์พรีเซนเทชันบ่อย รู้ตัวอีกทีผมก็กลายเป็น “มือขวา” ของเจ้านายหลายๆ คนโดยไม่ได้ตั้งใจ

สิ่งที่ตามมากับตำแหน่งมือขวาคือการได้ติดสอยห้อยตามเจ้านายไปในการประชุม ซึ่งถ้านับจำนวนชั่วโมงในห้องประชุมก็น่าจะมากกว่า 10,000 ชั่วโมง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการประชุมที่มีระดับ “ผู้ใหญ่” เข้ามานั่งเป็นประธานในที่ประชุม

“ผู้ใหญ่” ที่ผมหมายถึง คือระดับผู้อำนวยการหรือว่า Director ขึ้นไปจนถึง MD, CEO รวมถึง Board of Director

“นี่เรากำลังจะเล่าอะไรนะ”

ครั้งหนึ่งผมมีโอกาสดำเนินการประชุมที่มี Board of Director เข้ามาเป็นผู้ฟัง โดยเป็นการประชุมเกี่ยวกับหน่วยงานใหม่ด้านดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่งแผนกนี้ถูก CEO ตั้งขึ้นมาเพื่อเป็นหัวหอกในการสร้างความเปลี่ยนแปลงในช่วงที่ธุรกิจด้านดิจิทัลมาแรงมาก

ในช่วงการเตรียมทำสไลด์ ผมสองจิตสองใจอยู่ว่าในเมื่อประชุมบอร์ดครั้งนี้จะเป็นครั้งแรกที่จะเล่าเรื่องดิจิทัลแพลตฟอร์มให้กับบอร์ดได้ฟัง จะใช้เวลาช่วง 10-15 นาทีแรกไปกับอะไรดี จะเริ่มประชุมด้วยการรายงานผลงานของทีมก่อนเลย หรือว่าจะ “แนะนำ KPI ของดิจิทัลแพลตฟอร์ม” เพื่อให้ผู้ฟังทุกคนเข้าใจว่าตัวชี้วัด

แต่ละตัวคืออะไร หมายความว่าอย่างไร ตัวชี้วัดนี้ถ้าดีคือตัวเลขต้องมากหรือตัวเลขต้องน้อย การคำนวณเปอร์เซ็นต์ของ KPI บางตัวคิดจากอะไร ฯลฯ

ข้างในใจผมบอกว่าในเมื่อพวกเราเป็นหน่วยงานที่รู้เรื่องดิจิทัลแพลตฟอร์มมากกว่าแผนกอื่น การที่อธิบายตัวชี้วัดซึ่งเป็นเหมือนภาษาสากลของระดับผู้บริหาร ก็ควรจะเริ่มจากการปูความเข้าใจตรงนี้ก่อนสิ แต่เสียงเล็กๆ อีกเสียงในหัวก็ค้านมาว่า ถ้าทำแบบนั้นก็เหมือนบอกผู้ฟังกลางๆ ว่าบอร์ดไม่มีความรู้ เลยต้องให้ได้ๆ อย่างพวกผมมาอธิบายให้ฟังก่อน

สุดท้ายผมเดินไปถามเจ้านายว่าคิดอย่างไร

เมื่อเจ้านายไฟเขียว ผมเลยเริ่มต้นช่วง 10-15 นาทีแรกด้วยการ **“แนะนำ KPI ของดิจิทัลแพลตฟอร์ม”** เมื่อสไลด์เสร็จเรียบร้อยผมและทีมก็ทำการบ้านเพิ่มในเรื่องของการอธิบายความแตกต่างของ KPI แต่ละตัว พยายามหาวิธีอธิบายให้เข้าใจง่ายที่สุด ใช้ภาษาที่เรียบง่าย เข้าใจง่าย ลดการใช้ศัพท์เทคนิคโดยไม่จำเป็น

แล้ววันพรุ่งนี้จริงก็มาถึง

ผมเป็น Agenda ที่ 4 ของการประชุมครั้งนั้น ผู้ฟังมีตั้งแต่ CEO, CMO, BOD และทีมผู้บริหารระดับสูงยกแผงรวมได้ประมาณ 8 ท่าน

หลังจากที่ผมเซตอัปคอมพิวเตอร์เสร็จเรียบร้อยแล้ว ผมก็เริ่มต้นแนะนำตัวว่าผมชื่ออะไร ดูแล Digital Platform ตัวไหน แล้ววันนี้จะ

มาฟรีเซนต์เรื่องอะไรบ้าง โดยจะเริ่มจากการแนะนำ KPI ของดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อให้พวกเราทุกคนในห้องเห็นภาพตรงกันว่า KPI ตัวนี้คืออะไร สำคัญอย่างไร ดีไม่ดีวัดอย่างไร

ผมเห็นสีหน้าแววตาที่ประหลาดใจจาก CEO เหมือนท่านอยากจะพูดว่า **“นี่เธอกำลังจะเล่าอะไรนะ”** ในใจผมปั่นป่วนเล็กน้อย แต่ก็ฟรีเซนต์ต่อไปด้วยเจตนาที่ดีว่าเพื่อให้พวกเราเข้าใจเรื่องสำคัญเรื่องนี้ไปด้วยกันผมถึงต้องเล่าเรื่องนี้ก่อน

10 นาทีผ่านไปอย่างรวดเร็ว และจบการฟรีเซนต์ส่วนนี้ตรงที่ผู้บริหารได้พูดคุยแลกเปลี่ยนกันเองเรื่อง Digital Platform ต่างๆ ที่พวกเขาใช้ในชีวิตประจำวัน พูดคุยกันเรื่องประสบการณ์ที่ต่างกันบ้างเหมือนกันบ้าง ผมกับทีมก็ได้ช่วยให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าเพราะอะไร

จากความกังวลกลายเป็นความสำเร็จ จนเจ้านายได้รับคำชมจากผู้บริหารระดับสูงว่าเป็นการประชุมที่ดีมาก อยากให้มาเล่าให้ฟังบ่อยขึ้น และเหตุการณ์นี้เป็นหนึ่งในหลายๆ ครั้งที่ผมได้ตระหนักว่า

การฟรีเซนต์ไม่ใช่เรื่องของ
“ทักษะการพูด”
แต่คือ
“ทักษะการเข้าใจผู้ฟัง”

จากยุค “พูดให้เก่ง” สู่ยุค “พูดให้เข้าใจ”

ในยุคก่อน เราถูกสอนให้ “พูดให้คล่อง” “พูดให้มั่นใจ” “พูดให้มีพลังโน้มน้าวใจ” แต่ในยุคนี้ คำถามสำคัญกลับเปลี่ยนไปเป็น “คนฟังอยากฟังคุณไหม?” เพราะในยุคข้อมูลล้นโลก พวกเราในฐานะผู้ฟังไม่ได้ขาดข้อมูล แต่ “ขาดความเข้าใจในข้อมูลพวกนั้น” ว่ามันเกี่ยวข้องกับฉันหรือธุรกิจของฉันอย่างไร

ข้อมูลอยู่เต็มมือถือ เต็มอินเทอร์เน็ต
แต่สิ่งที่ผู้คนค้นหาคือ
“สิ่งที่เชื่อมโยงกับชีวิตเขาโดยตรง”

ดังนั้นการพรินต์ที่ดีจึงไม่ใช่การโชว์ว่า “คุณรู้มากแค่ไหน” แต่คือการ “แปลสิ่งที่你知道ให้เข้าใจง่ายและเกี่ยวข้องกับเขา” คนที่พูดแล้วคนฟังอยากฟัง ไม่ใช่คนพูดเสียงดังหรือใช้คำหู แต่คือคนที่ทำให้คนฟังรู้สึก ว่า “คุณกำลังพูดเรื่องของฉันอยู่”

“คุณเข้าใจฉัน ถึงใช้ความพยายามย่อเรื่องยากให้เข้าใจง่ายขนาดนี้”

หัวใจของ **ฟรีเซนต์ที่ชนะใจ** คือ **“Empathy”**

Empathy หรือ “ความเข้าใจจากมุมมองของอีกฝ่าย”
คือรากฐานของการสื่อสารที่ทรงพลังที่สุดในศตวรรษนี้

นักวิจัยจาก Harvard ค้นพบว่า **สมองของผู้ฟังจะสอดคล้อง**
กับสมองของผู้พูด (Neural Coupling) เฉพาะเมื่อผู้พูดพูดเรื่อง
ที่ **“ผู้ฟังเข้าใจ”** นั่นหมายความว่า ถ้าคุณพูดเรื่องที่ตรงใจ สมอง
คนฟังจะ **“ติดคลื่น”** กับคุณโดยอัตโนมัติ

คุณอาจมีสไลด์สวย เนื้อหาดี แต่ถ้าไม่เข้าใจความรู้สึกของ
คนฟัง สิ่งที่ถูกต้อออกไปก็จะเป็นแค่ “เสียงรบกวนในห้องประชุม”
ไม่ต่างกับเสียงแอร์ หรือเสียงกดคีย์บอร์ด

Empathy ไม่ใช่การพูดให้คนชอบ
แต่มันคือการ
พูดในภาษาที่เขาเข้าใจ
ในจังหวะที่เขาพร้อมฟัง
ด้วยเจตนาที่อยากให้เขา
ได้ประโยชน์จากข้อมูลนั้นจริงๆ

การฟรีเซนต์ คือ “กระจกสะท้อนความคิดของคุณ”

เวลาคุณฟรีเซนต์ มันไม่ใช่แค่การพูดออกไป แต่มันสะท้อน
“วิธีคิด วิธีมองโลก และวิธีที่คุณเห็นผู้ฟัง”

ถ้าคุณมองว่าผู้ฟังคือ “คู่แข่ง” คุณจะพูดด้วยน้ำเสียงที่
พร้อมป้องกันตัว ถ้ามองว่าผู้ฟังคือ “คนที่ต้องชนะให้ได้” คุณจะ
พูดด้วยความแข็งแกร่ง พยายามเอาชนะ

แต่ถ้ามองว่าผู้ฟังคือ “คนที่คุณอยากช่วยให้ดีขึ้น” พลัง
ในน้ำเสียง ท่าทาง และแววตาของคุณจะเปลี่ยนทันที

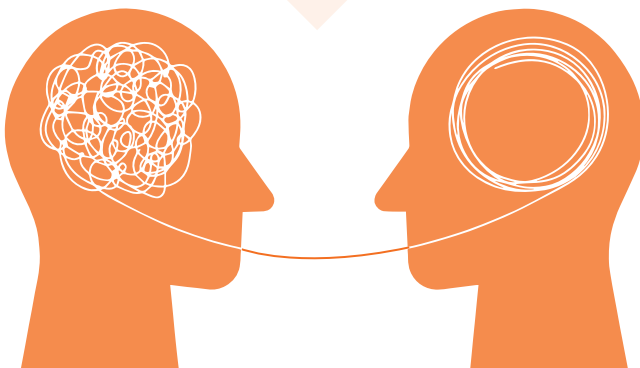
การฟรีเซนต์จึงไม่ใช่แค่ทักษะการพูด แต่มันคือ “ศิลปะของ
การมองคนให้เห็น และเข้าใจเขา”

AI สามารถช่วย “คิดสคริปต์ที่ดี” แต่ Empathy จะช่วย
คุณ “พูดแล้วชนะใจ” AI ช่วยให้คุณเขียนสคริปต์ได้ดีขึ้น เร็วขึ้น
มีข้อมูลที่ลึกมากขึ้น ผมใช้ ChatGPT ช่วยวิเคราะห์ไฟล์รายงาน
ภาษาอังกฤษรูปแบบ PDF ให้เป็นประเด็นสำคัญที่นำไปใช้ในการ
ออกแบบโครงสร้างได้ในเวลาไม่กี่วินาที ซึ่งถ้าทำเองคงต้องใช้เวลา
หลายวัน หรืออาจจะเป็นสัปดาห์

แต่สิ่งที่ ChatGPT อาจจะทำไม่ได้ในตอนนี่คือการเลือกใช้
คำพูดที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟัง หรือการตัดสินใจที่จะตัดบางส่วนที่
ไม่จำเป็นออก เนื่องจากจะกลายเป็นภาระของผู้ฟังในการทำความเข้าใจ

AI เก่งเรื่องข้อมูลก็จริง เร็วกว่าก็จริง แต่มนุษย์เก่งยังเรื่อง
“การสัมผัสถึงอารมณ์และความรู้สึกของคน” มากกว่า AI
คุณสามารถใช้ ChatGPT หรือ Copilot ช่วยร่างคำพูด แต่ก่อนจะพูด
ออกจากปากคุณ คุณต้องถามตัวเองว่า “คำนี้... ผู้ฟังจะรู้สึก
อย่างไรถ้าได้ยิน?”

เพราะสุดท้ายแล้ว
“Empathy”
คือสิ่งเดียวที่ AI ยังเลียนแบบมนุษย์ไม่ได้
และนั่นคือสิ่งที่ทำให้
“มนุษย์คนหนึ่ง”
พูดแล้ว
“มนุษย์อีกคนหนึ่ง”
อยากฟัง



Empathic Presenter คือทักษะของผู้นำและนักธุรกิจยุคใหม่ คนที่พูดแล้วคนเชื่อ ไม่ใช่คนพูดเก่งที่สุด แต่คือคนที่ **“เข้าใจคนอื่นได้ลึกกว่า”** Empathic Presenter ไม่ได้ใช้คำหุไม่ได้ต้องใช้สโลโก้ราคาแพง แต่ใช้เวลา 10 นาที เพื่อให้คนรู้สึกว่ **“ชีวิตฉันดีขึ้นได้ ธุรกิจของฉันจะประสบความสำเร็จได้มากขึ้น เพราะสิ่งที่คุณพูด”**

นักพรีเซนเตอร์ที่เก่งในยุคนี้คือคนที่พูดด้วย **“หัวใจ”** มากกว่าพูดแบบคล้องแคล้วแต่เหมือนหุ่นยนต์ **เพราะความเข้าใจ นำมาซึ่งความเชื่อใจ และความเชื่อใจ คือรากฐานของการเปลี่ยนแปลงทุกอย่าง**

Framework 3 ขั้น ของการเป็น Empathic Presenter

1 Observe (สังเกต)

วิเคราะห์น้ำเสียง ดูท่าทาง ภาษากาย และอ่านอารมณ์ผู้ฟังในระหว่างพรีเซนต์

2 Adapt (ปรับ)

เปลี่ยนระดับของความเร็ว ความเข้มข้นของอารมณ์ให้เหมาะกับระดับพลังของห้อง

3

Connect (เชื่อม)

ปิดท้ายด้วยประโยคที่ออกแบบมาอย่างดี เพื่อให้เขาารู้สึกว่า “คุณเข้าใจเขา”

ตัวอย่างจากโลกจริง

✔ Satya Nadella (Microsoft)

ไม่เคยพูดให้ทีมรู้สึกต้อง “ชนะตลาด” แต่พูดให้ทีมรู้สึกว่า “เราต้องเข้าใจลูกค้ามากขึ้นทุกวัน” ผลคือทั้งองค์กรเปลี่ยนจาก “Culture of Knowing” → “Culture of Learning”

✔ สตีฟ จอบส์ (Apple)

ไม่ได้พูดเพื่อขายอุปกรณ์ไอทีในการทำงาน แต่พูดเพื่อให้คน “เห็นคุณค่าของสิ่งที่พวกเขาจะทำในอนาคต” ที่ใช้อุปกรณ์นั้น นั่นคือการใช้ Empathy ในระดับวิสัยทัศน์

“ลองพูดให้น้อยลง
แต่ทำความเข้าใจผู้ฟังมากขึ้น
แล้วคำพูดคุณจะมีพลังเอง”

บทที่ 2

**เข้าใจลูกค้า
ก่อนเข้า Canva**

ก่อนคุณจะคว่ำ Laptop เปิด Canva แล้วเริ่มสร้างสไลด์หน้าแรก หยุดก่อนครับ!! หายใจลึกๆ แล้วลองคิดก่อนว่า

เรารู้จักผู้ฟังดีพอหรือยัง?

เขาคือใคร?

ตำแหน่งอะไร?

เขาสนใจอะไร?

เขากำรธุรกิจด้านไหน?

เพราะอะไรเขาถึงต้องฟังเรา?

สินค้าหรือบริการของเรา

ช่วยให้เขาบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้อย่างไร?

ฯลฯ

กับดักแรกของคนอยากทำ Presentation คือการเริ่มต้นจากคำถามว่า “ฉันอยากบอกอะไร” แทนที่จะเริ่มจาก “เขาอยากฟังอะไร” หรือ “ทำไมเขาต้องฟังเรื่องราวของเรา”

แค่เรื่องเล็กๆ ตรงนี้แหละ ที่ทำให้ Presentation ส่วนใหญ่ล้มเหลวตั้งแต่ยังไม่เริ่ม ส่อแววแพ้ตั้งแต่ทำยังไม่ทันก้าวเข้าห้องประชุมเพราะลูกค้าไม่ได้อยากฟังทุกอย่างที่คุณรู้ ไม่ได้อยากฟังทุกคำที่คุณอยากพูด แต่เขาอยากฟังสิ่งที่ “เกี่ยวกับเขา” และ “เป็นประโยชน์กับเขา”

นี่คือความจริงที่เรียบง่ายแต่ทรงพลังที่สุดในการสื่อสารธุรกิจ ในยุคที่ใครๆ ก็ทำสไลด์สวยๆ ได้ด้วย Canva หรือ AI สิ่งที่จะทำให้คุณได้เปรียบเหนือกว่าคนอื่น คือ “ความเข้าใจในผู้ฟัง” และ “ทักษะการวิเคราะห์ผู้ฟัง”

นี่คือกระดุมเม็ดแรก ที่ถ้าติดผิดก็จะผิดไปทั้งกระบวนการ

บทความจาก www.forbes.com ระบุว่า 1 ใน 3 เหตุผลหลักที่ทำให้การนำเสนอทางธุรกิจล้มเหลวคือ ผู้นำเสนอลืมไปว่าการนำเสนอขึ้นกับผู้ฟังมากกว่าสิ่งที่ตัวเองอยากพูด

หลายครั้งที่นักธุรกิจ (โดยเฉพาะพนักงานขาย) เริ่มต้นการนำเสนอด้วยข้อมูลที่ผู้ฟังไม่สนใจ เช่น ประวัติบริษัทหรือประวัติส่วนตัว ความคิดเห็นของพวกเขาต่อประเด็นต่างๆ เป็นต้น ทั้งๆ ที่ความจริงก็คือ ผู้ฟังต้องการรู้ว่าพวกเขาจะได้อะไรจากการนำเสนอนี้ และคุณจะช่วยพวกเขาแก้ปัญหาหรือทำให้ชีวิต / การทำงาน / ธุรกิจของพวกเขาดีขึ้นและง่ายขึ้นได้อย่างไร

ผู้ฟังไม่ได้อยากฟังทุกอย่างที่คุณรู้
เขาอยากฟังสิ่งที่เกี่ยวกับเขา

ย้อนกลับไปตอนที่ผมยังทำงานในบริษัทมหาชน ผมเคยเห็นพนักงานที่ทำงานเก่ง การศึกษาดีมาก พูดภาษาอังกฤษดีเหมือน

เจ้าของภาษา เนื่องจากทำงานในชั้นเดียวกัน แล้วผมกับเขาก็จะ
เข้าประชุมครั้งสำคัญพร้อมกัน เลยได้เห็นเขาเตรียม Presentation
อย่างตั้งใจ

สไลด์กว่า 50 หน้า ถูกจัดทำอย่างละเอียด ตั้งใจ ฟอนต์ การ
ใช้สี รูป การจัดวางข้อมูลถูกคิดมาอย่างพิถีพิถันด้วยมาตรฐาน
ระดับบริษัทที่ปรีักษาระดับโลก

พอถึงวันพรีเซนต์จริง เขาใช้เวลา 10 นาที พรีเซนต์ช่วงแรก
ด้วยความมั่นใจ เสียงดังฟังชัด สำเนียงดีทั้งภาษาไทยและอังกฤษ
แต่ผู้บริหารระดับสูงที่นั่งหัวโต๊ะพูดขึ้นมาด้วยน้ำเสียงราบเรียบและ
สุภาพว่า **“ทำไมผมต้องฟังเรื่องนี้ด้วย มันเกี่ยวกับ Project
สำคัญในไตรมาสนี้อย่างไร”** ห้องเสียงไปหลายวินาที... บรรยากาศ
เย็นเฉียบ ผมเองก็กลืนหายใจโดยไม่ได้ตั้งใจ

**“ผมอยากให้ไปสรุปมาใหม่ ซ้อมกับหัวหน้าก่อนแล้ว
ค่อยมาพรีเซนต์ผม เข้า Agenda ต่อไปเลยครับ”** ผู้บริหาร
ระดับสูงท่านเดิมพูดด้วยเสียงที่เข้มแต่สุภาพ สีหน้าของผู้พรีเซนต์
เหมือนพยายามเก็บอาการใจสลาย สุดท้ายวันนั้นผมเองก็ไม่ได้
พรีเซนต์เพราะว่าเวลาหมดก่อนถึง Agenda ของผม

ผมยังจำเหตุการณ์ครั้งนั้นได้ดีว่าสไลด์มาตรฐานระดับบริษัท
ที่ปรีักษาดังไม่ได้ช่วยอะไร ถ้าไม่เป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง

50 สไลด์กับเวลานับสิบชั่วโมงที่เตรียมมาถูกทำลายด้วย
คำถามเดียว เพราะผู้พรีเซนต์ลืมนองผ่านสายตาผู้ฟัง

ในทางกลับกัน ผมเคยเห็นการประชุมอนุมัติงบประมาณ
หลักร้อยล้านบาท แต่ไม่ได้ใช้ PowerPoint ด้วยซ้ำ!

ครั้งนั้นคือการประชุมเพื่อขออนุมัติการจัดซื้อจัดจ้างระบบไอที
โดยนี่คือการประชุมครั้งที่ 5 ที่คุยเรื่องนี้

Project Manager ของโปรเจกต์ทำการสรุปความเข้าใจว่า
ในการประชุมครั้งที่แล้ว ที่ประชุมได้คัดกรองบริษัทผู้ให้บริการจาก
6 เจ้า จนเหลือแค่ 2 เจ้า และได้พูดคุยถึงข้อดีข้อเสียมาหมดแล้ว
ครั้งนี้จะเป็นการตัดสินใจในเรื่องงบประมาณ การเบิกจ่าย การบันทึก
รายจ่ายว่าจะเลือกเจ้าไหนกันแน่เพื่อจะให้ทันกับกำหนดการที่จะ
เปิดตัวให้บริการในอีก 8 เดือนข้างหน้า

ผมประหลาดใจอย่างมากที่ Project Manager เปิดไฟล์ Excel
ขึ้นมา ในไฟล์ก็เรียงง่ายมาก แบ่งเป็นซ้าย-ขวา แล้วเปรียบเทียบ
กันในแต่ละมุมต่างๆ ที่ผู้บริหารและ CFO สนใจ รวมถึงเงื่อนไขที่จะ
ต้องชำระเงินว่าชำระกี่งวด ความถี่ในการชำระเป็นแบบไหน แล้ว
เขาก็เปรียบเทียบแต่ละแง่มุมให้กับ CEO / CFO / CMO และทีมที่
เกี่ยวข้องฟัง

ตอนแรกผมคิดว่า Project Manager จะโดนตำหนิว่าทำไม
ไม่ทำข้อมูลลง PowerPoint แต่สุดท้ายกลับกลายเป็นว่าที่ประชุม
ตัดสินใจกันได้ง่ายขึ้น เพราะสามารถทดลอง Scenario ต่างๆ ด้วย
การผูกสูตรคำนวณกันสดๆ ได้เลย

ผมทิ้งในการ “อ่านเกมขาด” ของ Project Manager ท่านนี้
เพราะเขาเดาทางได้ว่าจะเกิดสถานการณ์การคำนวณตัวเลขสดๆ
เพื่อเปรียบเทียบแต่ละ Scenario

เขา “เข้าใจผู้ฟัง” และเลือกรูปแบบการนำเสนอที่ “อำนวยความสะดวกในการตัดสินใจ”

ตามรายงานของ *Harvard Business Review* ปี 2023 พบว่า กว่า 82% ของผู้ฟังในการประชุมธุรกิจ จะให้ความสนใจต่อเนื้อหาที่สะท้อนปัญหาของพวกเขาเองภายใน 90 วินาทีแรก

หนึ่งในข้อผิดพลาดที่ร้ายแรงที่สุดของคนฟรีเซนต์ คือ “พูดจากมุมของตัวเอง” ไม่ใช่ “พูดจากมุมที่ผู้บริหารอยากฟัง” ผู้บริหารระดับสูงไม่คิดแบบ “ระดับปฏิบัติการ” พวกเขาคิดแบบ “ผู้นำที่ต้องตัดสินใจท่ามกลางความไม่แน่นอน และอาจมีข้อมูลไม่ครบถ้วน” “เนื้อหาที่เกี่ยวข้องเท่านั้น” ที่ทำให้พวกเขาอยู่ฟังต่อจนจบ ไม่ใช่เพราะสไลด์สวย

โลกที่เวลามีค่ามากกว่าคำพูด

วันนี้คุณอาจมีเวลาฟรีเซนต์ 30 นาที แต่เชื่อไหมว่าคุณจะถูก “ตัดสินใจ” จากผู้ฟังในเวลาแค่ไม่กี่นาที

การศึกษาจาก *McKinsey* (2022) พบว่า ผู้บริหารใช้เวลาเฉลี่ย 3-5 นาทีตัดสินใจว่าจะ “ฟังต่อ” หรือ “หันไปทำอย่างอื่น” ผู้บริหารไม่มีเวลาฟังยาว ลูกค้าไม่มีเวลาดตัดสินใจนาน นักลงทุนไม่มีเวลารอให้คุณอธิบายทุกอย่าง