



เทคนิคการนำเสนอ อย่างมืออาชีพ



Effective Presentation Techniques :

เทคนิคการนำเสนอ อย่างมืออาชีพ

1. ข้อมูลในการนำเสนอ DATA
2. การออกแบบการนำเสนอ Design
3. การนำเสนอหน้างาน Deliver



4

ขั้นตอน เทคนิคการนำเสนอ อย่างมืออาชีพ



1. เข้าใจวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ
2. สร้างแรงจูงใจ
3. สร้างสิ่งสนับสนุนในการพูด
4. การติดตามผล



3ข หัวใจของความสำเร็จในการนำเสนอ



ความเชื่อมั่น (Credibility) จะเกิดขึ้นเมื่อ
ผู้นำเสนอเชื่อมั่นในข้อมูลที่นำเสนอที่มี**ความชัดเจน (Clarity)** เป็นความรับผิดชอบของผู้นำเสนอโดยตรง
ความเชื่อถือ (Conviction) จะเกิดขึ้นได้จากผู้ฟัง โดย
ผู้นำเสนอมีความรู้จริง ในสิ่งที่กำลังนำเสนอและรู้
ปัญหาของผู้ฟัง มีความเชื่อมั่นในข้อมูลที่นำเสนอ

Effective Presentation Techniques :

เทคนิคการนำเสนอ อย่างมืออาชีพ

1. ผู้ฟังคือใคร Audience
2. ประโยชน์สำหรับเขาคืออะไร Benefit
3. ผลลัพธ์ที่ต้องการให้เกิดคืออะไร
Consequence





1. ผู้ฟังคือใคร Audience ต้องทราบพื้นเพ หรือเรื่องที่เค้ากำลังสนใจ หรือ กลุ่มอาชีพใด



2. ประโยชน์สำหรับเขาคืออะไร **Benefit** ทำไมถึง
ต้องมาฟังเรา **จะทำอย่างไรให้สนใจเนื้อหาของเรา**
เรา เช่น อะไรคือ**ประโยชน์สำหรับผู้ฟัง** ทำไม
ต้องนั่งฟังการนำเสนอของเรา หรือ**ผลดีของ**
การฟังการนำเสนอของเราคืออะไร



3. ผลลัพธ์ที่ต้องการให้เกิดคืออะไร
Consequence เช่น เข้าใจอะไรบางอย่าง
ที่เรานำเสนอ เชื่อถืออะไรบางอย่างที่
เราบอก หรือลงมือทำอะไรบางอย่าง

การพูดสำคัญยังไง?

การวิเคราะห์ผู้ฟัง



ช่องทาง

ตัวสาร

องค์ประกอบที่ทำให้การพูด
ประสบความสำเร็จ

วิเคราะห์ตัวตน



คนดังระดับโลกล้วนพูดเก่ง
ทั้งนั้น?

...ลองดูคนเหล่านี้



KB 优 酉 告

네발 지진 피해성금

060-701-4848

한국 청년들에게
为韩国青年们

老弱病残字幕组

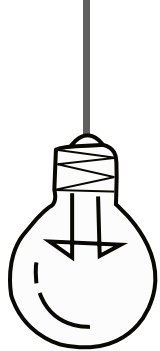
แจ็ค หม่าเป็นนักพูดที่ดีหรือไม่ อย่างไร?



แจ็ค หม่า Jack Ma
speech in South Korea
“หยุดบ่น จงมองหาโอกาส
จากปัญหา”

stop complaining, you can
find opportunities"

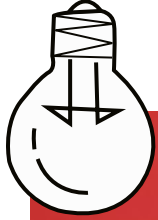
[https://www.youtube.com/
watch?v=FfANQ8jNEa0](https://www.youtube.com/watch?v=FfANQ8jNEa0)



- ประเด็นสื่อสารชัดเจน
- บุคลิกมั่นใจ
- น่าเสียว ลีลา หน้าก เบา



ยกตัวอย่างจากประสบการณ์ตัวเอง



สร้างความน่าเชื่อถือ

มีพรรคทอง

สร้าง emotion

รู้จักเรียบเรียงเนื้อหาเปิด - ปิด



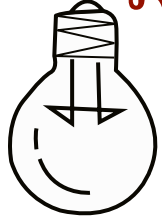
มาร์ค ซัคเกอร์เบิร์ก
ผู้ก่อตั้ง facebook กับสุนทรพจน์
ในงานรับปริญญาฮาร์วาร์ด 2017



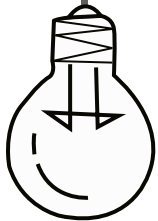


วันนี้ผมอยากจะพูดเรื่องจุดมุ่งหมายของชีวิต

มาร์ค ซัคเกอร์เบิร์ก เป็นนักพูดที่ดีหรือไม่ อย่างไร?



มาร์ค ซัคเกอร์เบิร์ก เป็นนักพูดที่ดีหรือไม่ อย่างไร?



- ประเด็นสื่อสารชัดเจน
- บุคลิกมั่นใจ
- รู้จักลำดับเนื้อหา
- มีประโยคเด็ด



“

The biggest risk is not taking any risk... In a world that's changing really quickly, the only strategy that is guaranteed to fail is not taking risks.”

MARK ZUCKERBERG



คนดังระดับโลก
ล้วนพูดได้อย่างมีพลัง!!

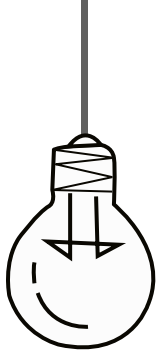
BUSINESS INSIDER

“คุณ**ไม่มีทาง**เปลี่ยนโลกได้...
ถ้าทำงานแค่วันละ 8 ชั่วโมง”
- Elon Musk

“ 50 คำคม
สร้างแรงบันดาลใจ ”



อีกตัวอย่าง แสดงว่าการพูดสำคัญแค่ไหน ?



D&G
DOLCE & GABBANA

It was deleted from Chinese social media because my office is stupid as the superiority of the Chinese It was by my will I never canceled the post

And from now on in all the interviews that I will do international I will say that the country of 🇹🇼🇹🇼🇹🇼🇹🇼 is China and you are also quiet that we live very well without you ❤️👉

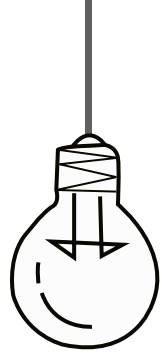
China Ignorant Dirty Smelling Mafia

Support by Blockit

กรณีศึกษา คำพูดเป็นนายเรา Stefano Gabbana



การพูดสำคัญยังไง ?



- กรณีตราม้าของแบรนด์หรู DOLCE & GABBANA (โดลเช่ แอนด์ กาบบาน่า) หรือ D&G (ปลายปี 2018)





การพูดสำคัญยังไง ?

เรื่องเริ่มจากโฆษณาเหยียดเชื้อชาติและเหมารวม
การกินอาหารของชาวจีน



การพูดสำคัญยังไง ?

กรณี D&G



<https://youtu.be/LH94vMgKgKc>



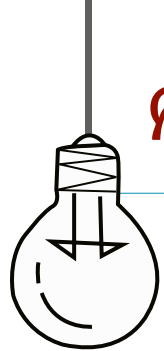




การพูดสำคัญยังไง ?

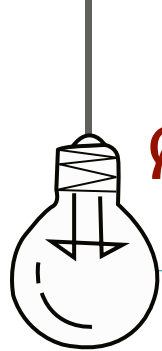
- ดราม่านี้คงจบลงหากแบรนด์ D&G ยอมรับสารภาพผิด
- แต่เรื่องลูกلامใหญ่โตเมื่อ **Stefano Gabbana** เจ้าของแบรนด์ออกมา ตอบโต้ด้วยคำพูดหยาบคายและดูถูกชาวจีน





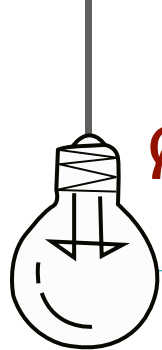
คำพูดเจ้าของแบรนด์ D&G

“ที่โฆษณาชิ้นนี้มันถูกลบออกไปจากโซเชียลมีเดียของจีน ก็เพราะว่าออฟฟิศของฉันมันโง่และกลัวชาวจีนยังไงล่ะ แต่ถ้าเป็นฉันนะ ฉันไม่มีทางลบมันออกแน่นอน”



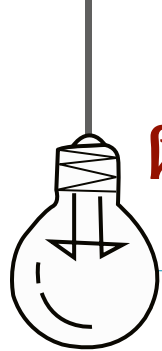
คำพูดเจ้าของแบรนด์ D&G

“ต่อไป ถ้าฉันต้องไปให้สัมภาษณ์ที่ไหนในโลกก็ตาม
ฉันจะบอกว่าประเทศที่มันช่วยแตกทีสุดในโลกคือ
ประเทศจีน และฉันก็มีความสุขดี
ถ้าไม่ต้องมีลูกค้าอย่างพวกเธอ (ชาวจีน)”



คำพูดเจ้าของแบรนด์ D&G

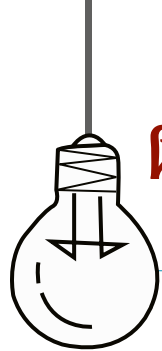
“ประเทศจีนมันก็แค่พวกไม่รู้เรื่องรู้อาว
ตัวเหม็น
จี้เง่า และเป็นมาเฟีย”



ผลจากการ “พูดไม่คิด” ของ D&G



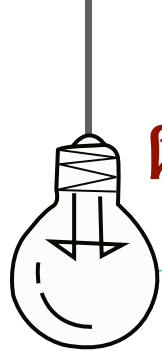
- มีการพูดบอยคอต/ยกเลิกใช้ D&G ราว 2 หมื่นครั้ง



ผลจากการ “พูดไม่คิด” ของ D&G



- ยกเลิกแฟชั่นโชว์ที่เชียงใหม่

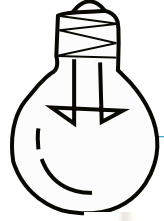


ผลจากการ “พูดไม่คิด” ของ D&G



- ดาราตั้งแบนแบรนต์ถาวร

สรุป การพูดจึงสำคัญเพราะ



เป็นเครื่องมือถ่ายทอดความรู้
ความคิด ความรู้สึก ความ
ต้องการของผู้พูด **มีพลังโน้มน้าว**
ให้คนเชื่อ ปฏิบัติตาม
ทำให้เกิด ทั้งความสำเร็จ
(Jack Ma) และความล้มเหลว
(D&G)

เราพูดไปเพื่อ? วัตถุประสงค์การพูด



เป็นสิ่งที่นักพูด
ต้องรู้ และ “เข้าใจ”
ก่อนพูดเสมอ



เราพูดไปเพื่อ? วัตถุประสงค์การพูด



1. เพื่อแจ้งให้ทราบ
หรือเพื่อให้ความรู้ เช่น
การอ่านข่าว
การแถลงข่าว

เราพูดไปเพื่อ? วัตถุประสงค์การพูด



2. เพื่อโน้มน้าวใจ เช่น การพูดเพื่อขายสินค้า การรณรงค์ต่างๆ

เราพูดไปเพื่อ? วัตถุประสงค์การพูด

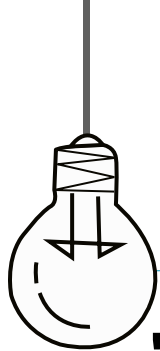


3. เพื่อจรรโลงใจ หรือ
เพื่อความบันเทิง เช่น
Ted Talk , โน้ต อุดม

เราพูดไปเพื่อ? วัตถุประสงค์การพูด



4. เพื่อค้นหาคำตอบ
เช่น การสัมภาษณ์

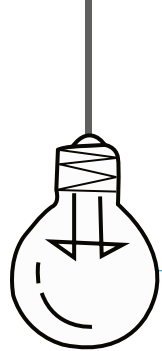


แต่แค่รู้ว่าเป้าหมายอะไร ก็ไม่ได้หมายความว่า...
จะพูดสำเร็จ

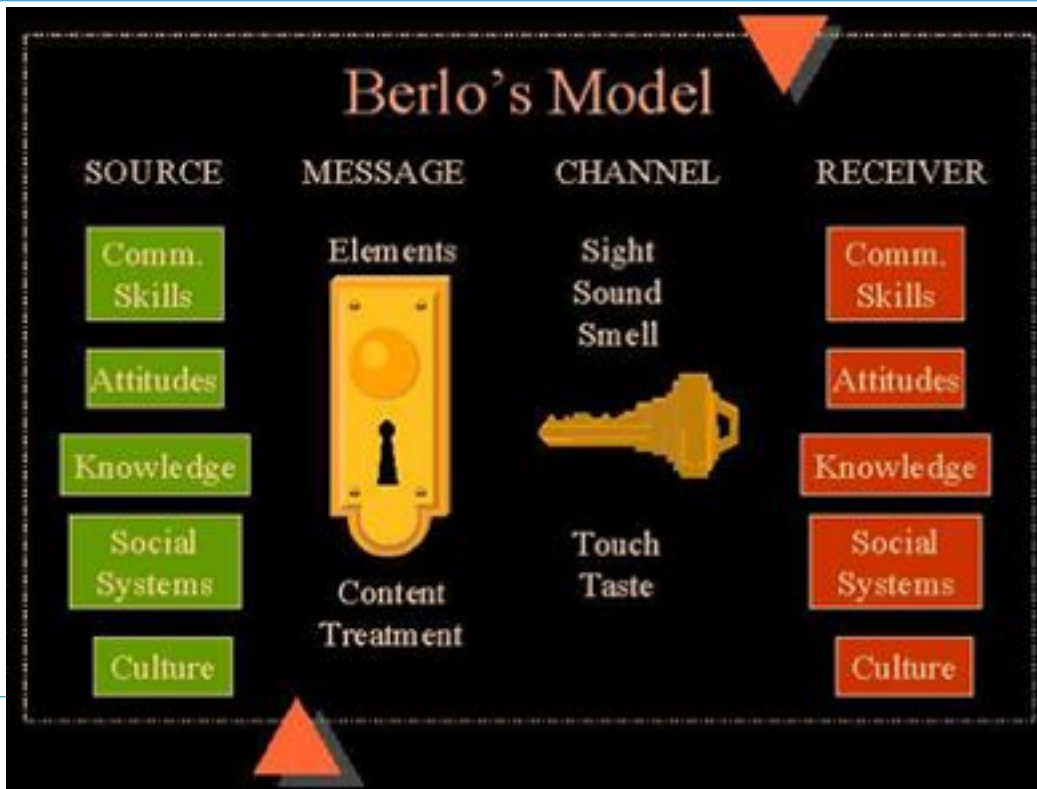
การพูดจะสำเร็จหรือไม่ขึ้นกับองค์ประกอบอะไร ?

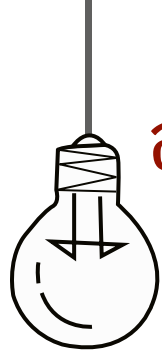
...Back to basic

Communication Arts Model



S M C R คืออะไร





องค์ประกอบการพูดตาม S M C R คือ

S – Sender = ผู้ส่งสาร (ผู้พูด)



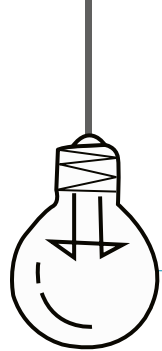
M – Message = เนื้อหาสาร (เรื่องที่จะพูด)



C – Channel = ช่องทาง



R – Receiver = ผู้รับสาร (ผู้ฟัง)



สำหรับการพูด/การสื่อสารยุคใหม่
เรากลับ โมเดลการสื่อสารใหม่ เป็น

R → C → M → S

เพราะ Audience first!

ไม่รู้ผู้ฟัง ก็ออกแบบเนื้อหา และ
รูปแบบการพูดไม่ได้



องค์ประกอบการพูดที่ทำให้การพูด ประสบความสำเร็จเป็น

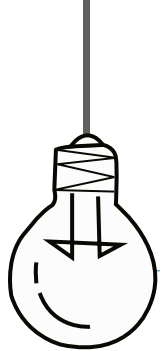
R-C-M-S

R วิเคราะห์ผู้ฟัง

C รู้จักสื่อ/ช่องทาง/บริบท

M ออกแบบเนื้อหา

S วิเคราะห์ตัวตนให้เหมาะกับสารที่จะพูด



Audience first!

Your story is really their stories : การคำนึงถึงผู้ฟังเป็นที่ตั้ง

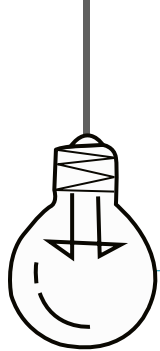
เรื่องของเรา ก็คือเรื่องของเขา

ดังนั้นสิ่งสำคัญของการพูดอันดับแรกคือ
ต้องเข้าใจคนฟัง ไม่ดูถูกคนฟัง และแสดง

ความรู้สึก“ใส่ใจ” คนฟังออกมาผ่าน

เรื่องราว





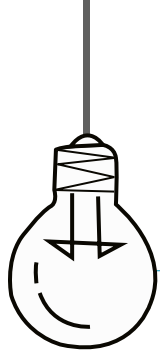
การวิเคราะห์ผู้ฟัง (The Audience)

หากมองภาพรวม (Steryotype)

1. วัย : วัยเด็ก

- ไม่นิ่งเฉย เบื่อง่าย
 - ชอบเรื่องสนุกสนาน
 - เรื่องตลก (โทนเสียง/ตลกท่าทาง เล่นใหญ่ มุกล้อเลียน)
-



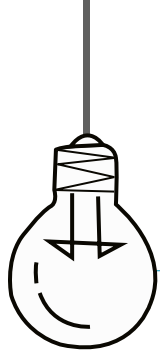


การวิเคราะห์ผู้ฟัง (The Audience)

1. วัย : วัยกลางคน/ ทำงาน

- การครองชีพ มนุษยสัมพันธ์
- ความก้าวหน้าในชีวิต
- ความมั่นคง



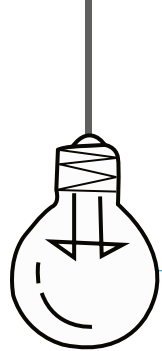


การวิเคราะห์ผู้ฟัง (The Audience)

1. วัย : ผู้สูงอายุ

- สุขภาพ
- รำลึกอดีต
- ธรรมเนียม
- คุณค่าต่อลูกหลาน





การวิเคราะห์ผู้ฟัง (The Audience)

2. เพศ
3. อาชีพ การศึกษา
ฐานะ
4. ความเชื่อทัศนคติ
ภูมิหลัง



“คนจะลืมสิ่งที่คุณพูด
คนจะลืมสิ่งที่คุณทำ

แต่

คนจะไม่มีวันลืมว่า
คุณทำให้พวกเขา
รู้สึกอย่างไร”

“I've learned that
people will forget
what you said,
people will forget
what you did, but
people will never
forget how you
made them feel”



--มายา แองเจโล--

กวี นักคิด นักร้อง นักประพันธ์

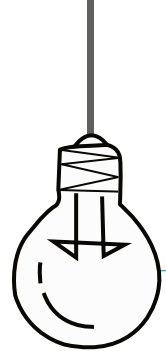
ชวนคุย Q : A



การพูดที่นั่งอยู่ในใจคนได้นาน
เหมือนเวลาดูหนังจบแล้ว
ยังมีความรู้สึกค้างในใจ ประทับใจ

... เกิดจากอะไร?





ชวนคุย Q : A

สนุก ลุ้น ตลก

บทดี

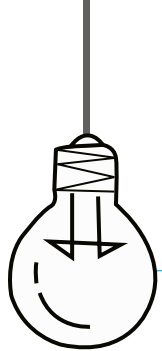
พระเอกหล่อ

เคมีพระนางเข้ากัน

หนังฟอร์มยักษ์ ดูลั้งการ

เรื่องของตัวเอกเหมือนชีวิตเรา

ดูแล้วได้แง่คิด



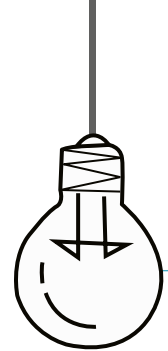
เทคนิคการพูดและนำเสนอ แบบ Storytelling

Why storytelling matters, TEDxKyoto โดย Garr Reynolds

1. เรียบเรียงความคิด

- เมื่อมีหน้าผู้ฟัง ในใจชัด
ให้ปิดมือถือ / Com อย่า
ใช้เวลากับการ **search**





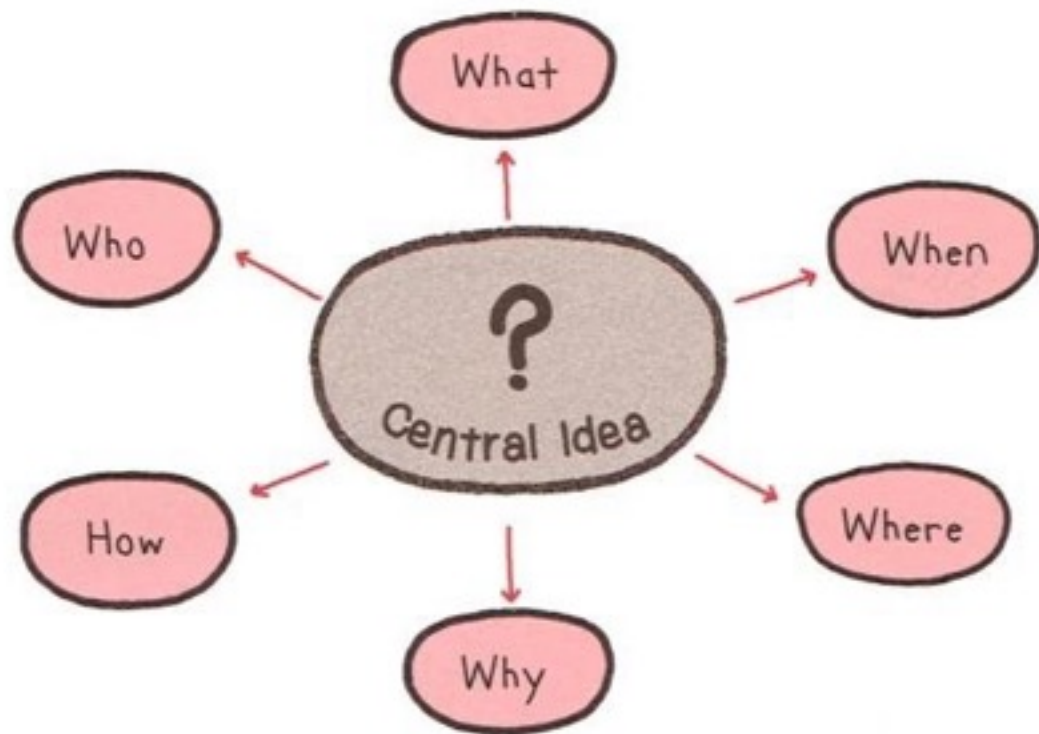
เทคนิคการพูดและนำเสนอ แบบ Storytelling

Why storytelling matters, TEDxKyoto โดย Garr Reynolds

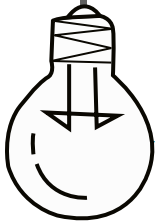


1. เรียบเรียงความคิด

- ให้ใช้กระดาษ และ post-it ในการเรียบเรียงความคิดที่เกี่ยวข้องกับหัวเรื่อง/ประเด็น

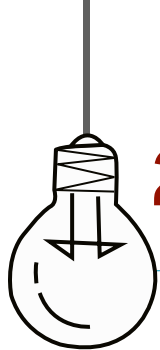


1. เรียบเรียงความคิด



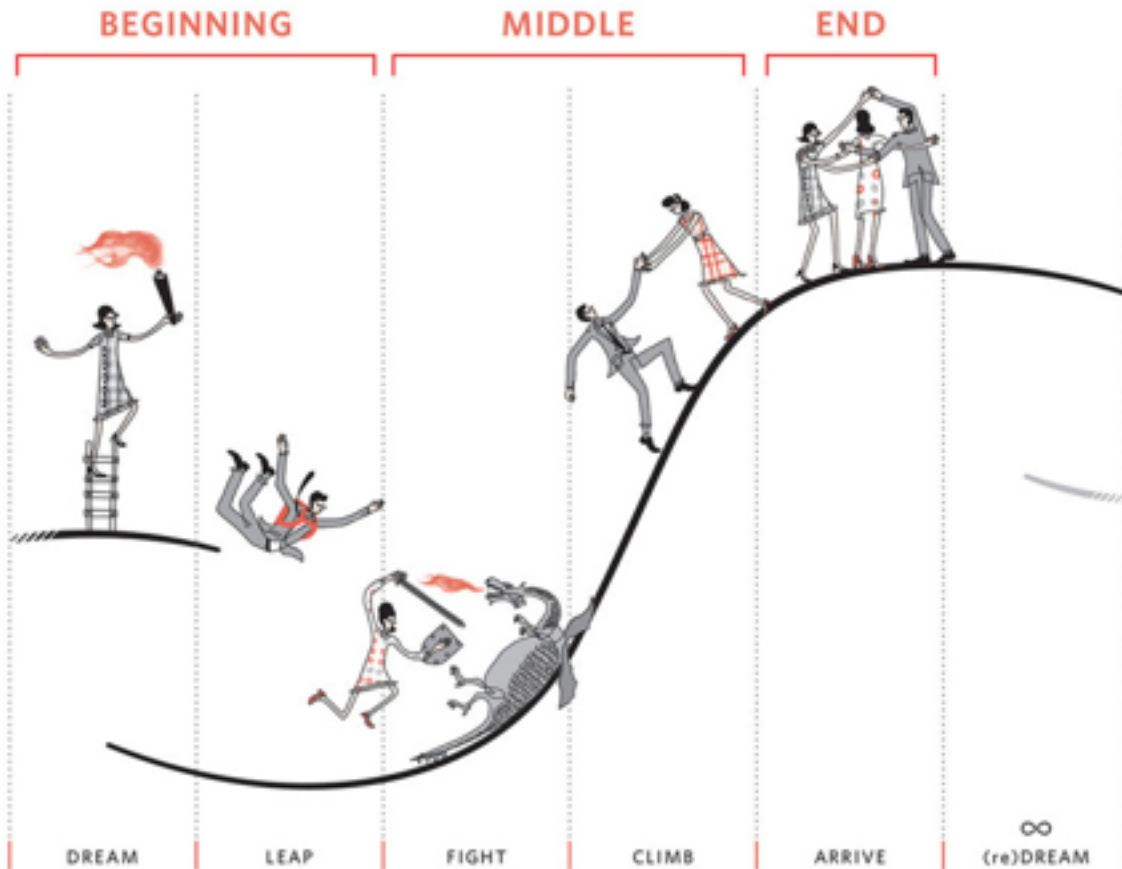
- สรุปลงเป็นคำสำคัญ (keywords)
- ลำดับประเด็น โดยลองสลับ post-it ไปมา
- แล้วค่อยหาคำเชื่อมร้อยเรียงเป็นประโยคสั้นๆ





2. Have solid structure : โครงสร้างแข็งแรง

**พื้นฐานของ โครงเรื่องสุดคลาสสิกคือ
โครงสร้าง 3 องก์ (ต้น-กลาง-จบ)**



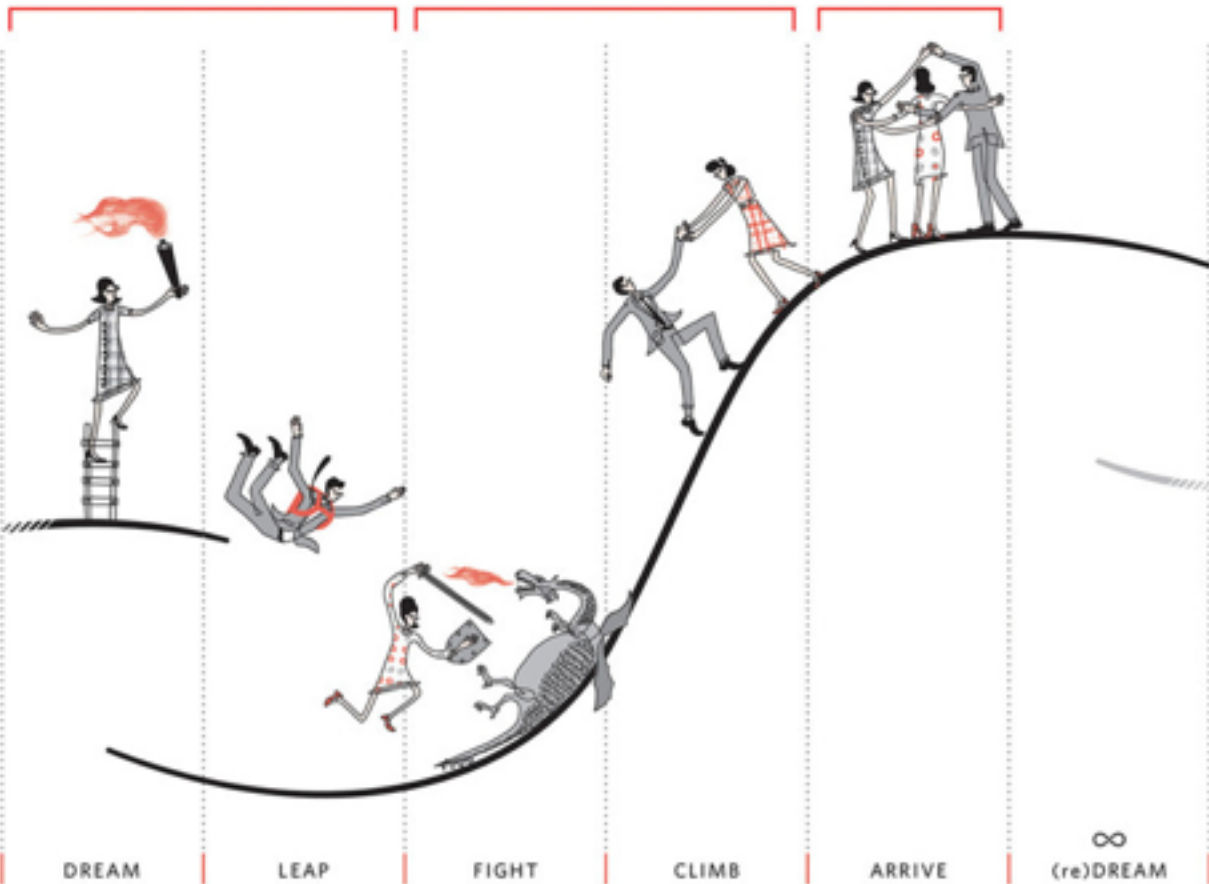
เริ่มเรื่อง (Beginning)

- Dream มีความฝัน เป้าหมาย
- Leap เกิดการเปลี่ยนแปลงกะทันหัน มีอุปสรรคให้ต้องฟันฝ่า

BEGINNING

MIDDLE

END



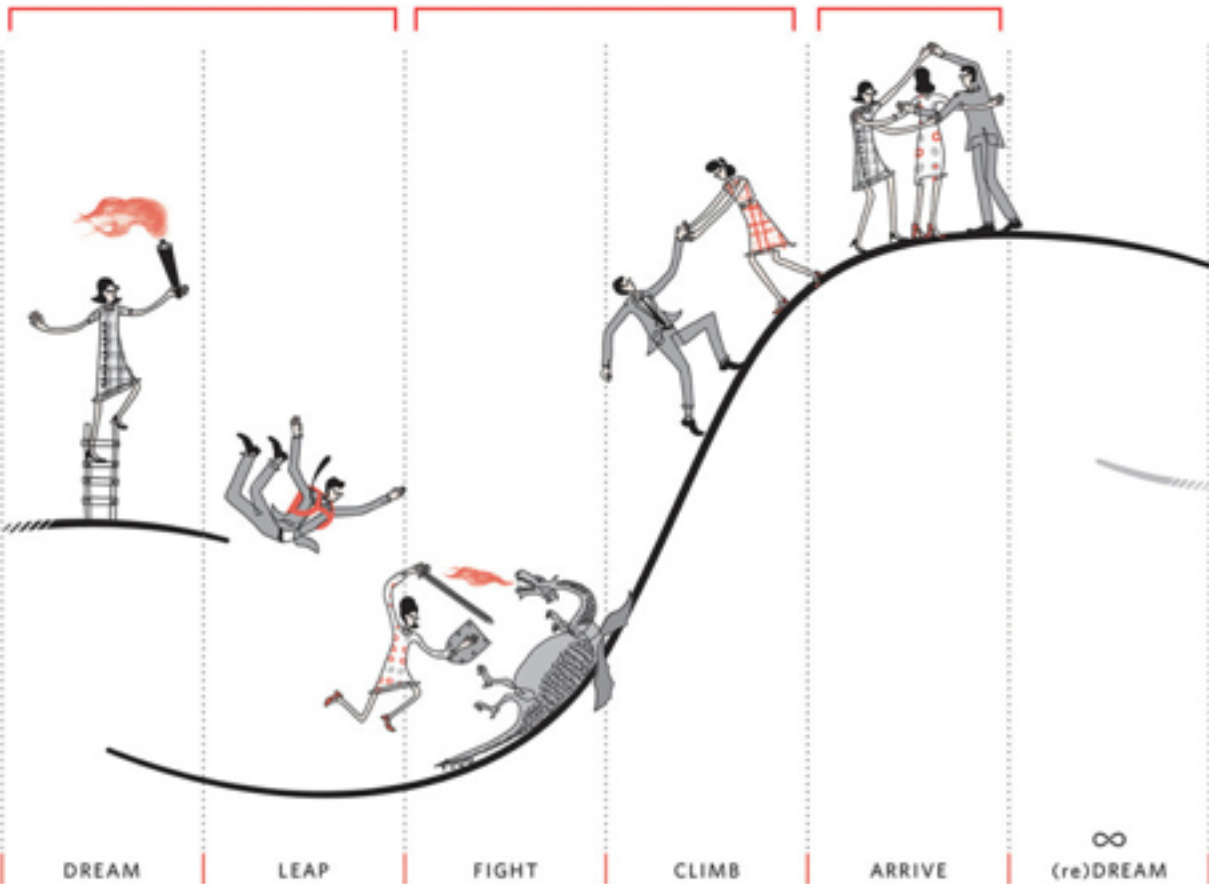
กลางเรื่อง (Middle)

- **Fight** ต่อสู้
- **Climb** ล้มลุกคลุกคลานหาทางออก

BEGINNING

MIDDLE

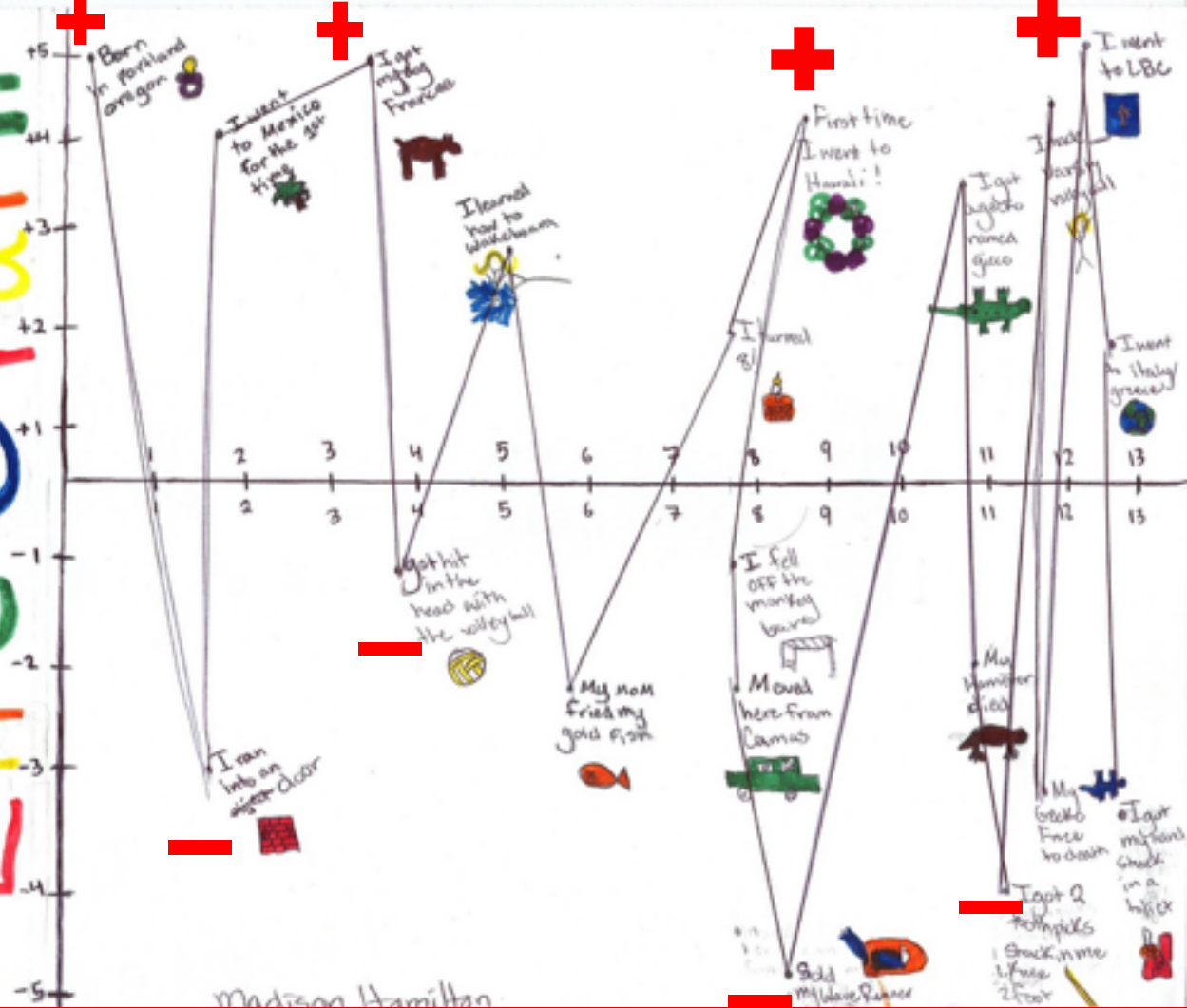
END



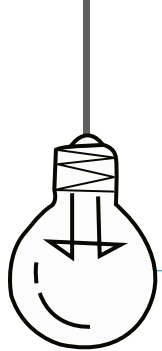
จบ (End)

- **Arrive** ถึงฝั่งฝัน/
เป้าหมาย หรือไม่
ถึงก็ได้
- **Dream** ไม่ถึงฝัน
แต่เรียนรู้และมีฝัน
ใหม่ (อีกครั้ง)

Life Graph



Madison Hamilton



เทคนิคการพูดและนำเสนอ แบบ Storytelling

Why storytelling matters, TEDxKyoto โดย Garr Reynolds

2. Have solid structure :

โครงสร้างแข็งแรง

- การนำโครงสร้าง 3 องก์ มาใช้ในการพูดยึดหลัก

“ตตต กกก จจจ”

"ต้นตื้นเต้น
กลางกลมกลืน
จบจับใจ“

2. โครงสร้างแข็งแกร่ง : ต ต ต ต้นตีนเต๋น



- การ **"break the ice"** ทลายกำแพง ระหว่างผู้พูด-ผู้ฟังทันทีที่เริ่มพูด
- **เริ่มด้วยประโยคที่ดึงความสนใจ (Hook them early)** ให้คนฟังอยู่กับเราแต่ต้น



2. โครงสร้างแข็งแรง : ต ต ต ต้นตื้นเต้น

การเริ่มต้นด้วย**หมัดสุด** ทำได้หลายวิธี

- การเริ่มต้นด้วยการ**ตั้งคำถาม**ให้ผู้ฟังคิดคำตอบ

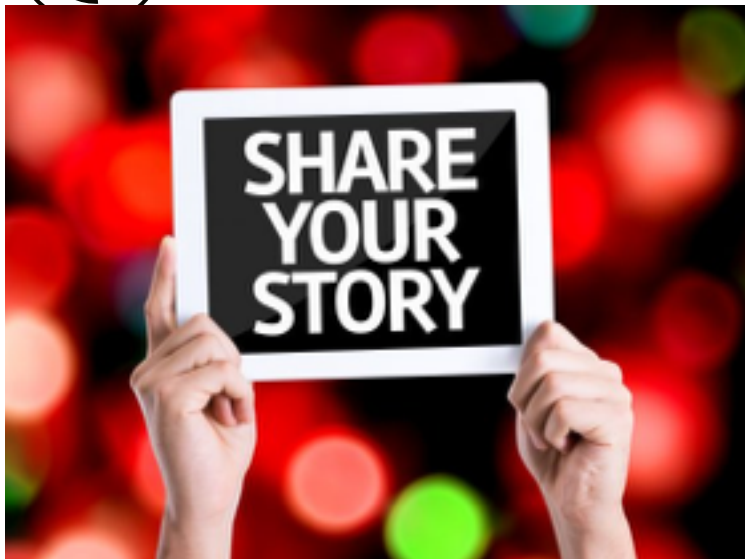
“...ใครเคยเจอประสบการณ์หลอนๆ กับตัวเองบ้าง?”

**“... ถ้าคุณรู้ว่ากำลังจะตายในอีก 1 ชั่วโมงข้างหน้า
คุณจะใช้ 60 นาทีสุดท้ายบน โลกนี้ทำอะไร?”**

“... มีใครในที่นี้ไม่เคย โทกบ้าง?”



2. โครงสร้างแข็งแรง : ต ต ต ต้นตื้นเต้น



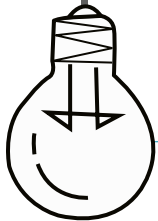
การเริ่มต้นด้วย**หมัดฮุก**

- เล่าเรื่องที่น่าตื่นเต้นจากประสบการณ์ตนเอง หรือคนอื่นๆ ไกลตัว

“เมื่อคืนนี้ ตอนที่ผมกำลังขับรถ.....”

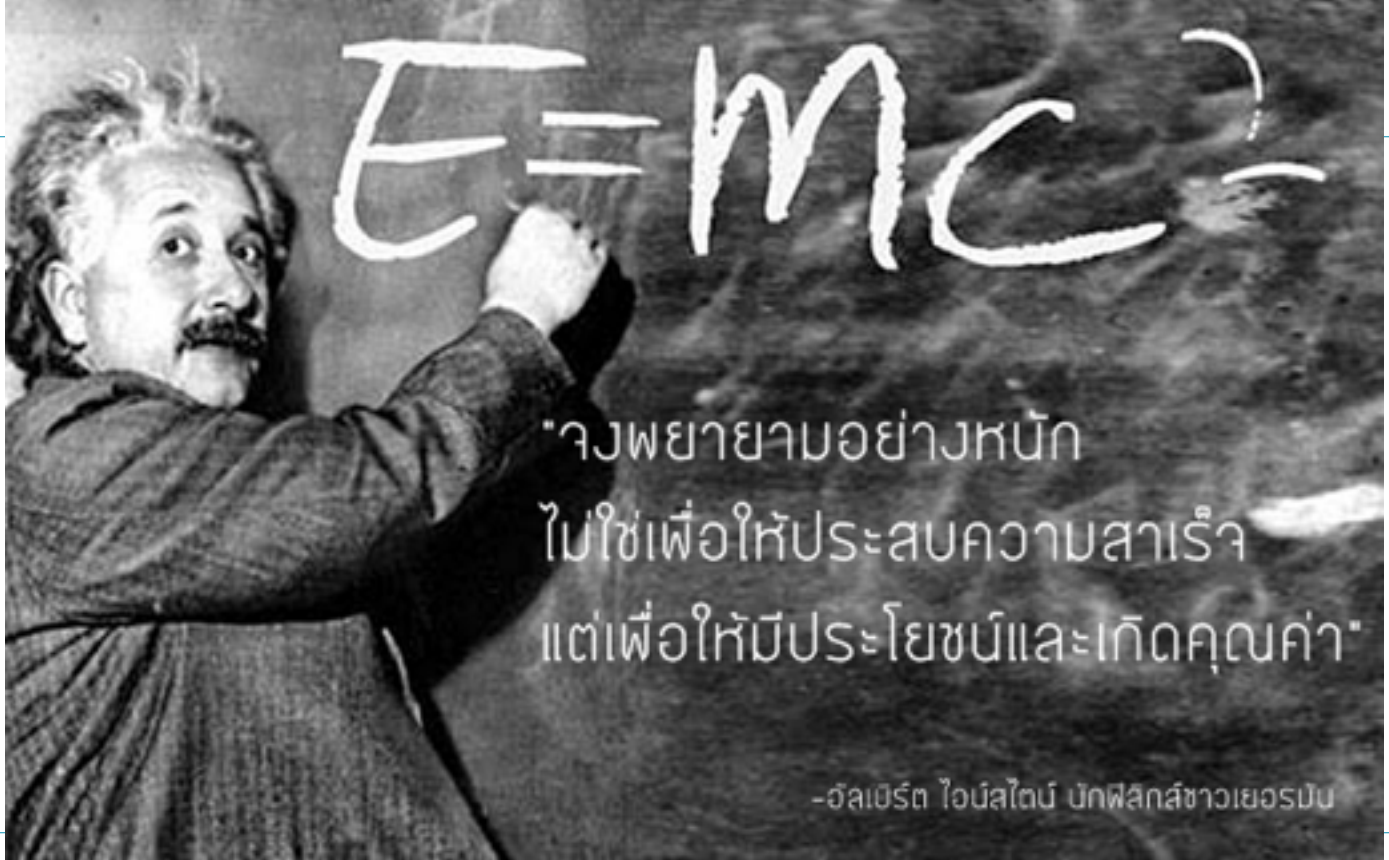
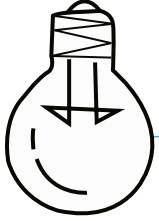
“เมื่อวานนี้ เพื่อนของผมได้รับข้อความประหลาดจากเพื่อนที่เสียชีวิตไปเมื่ออาทิตย์ที่แล้ว.....”

2. โครงสร้างแข็งแรง : ต ต ต ต้นต้นเต็น



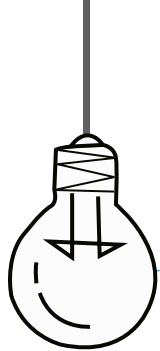
การเริ่มต้นด้วย**หมัดฮุก**
ทำได้หลายวิธี

- เริ่มเรื่องด้วยคำกล่าว
ของบุคคลสำคัญ



"จงพยายามอย่างหนัก
ไม่ใช่เพื่อให้ประสบความสำเร็จ
แต่เพื่อให้มีประโยชน์และเกิดคุณค่า"

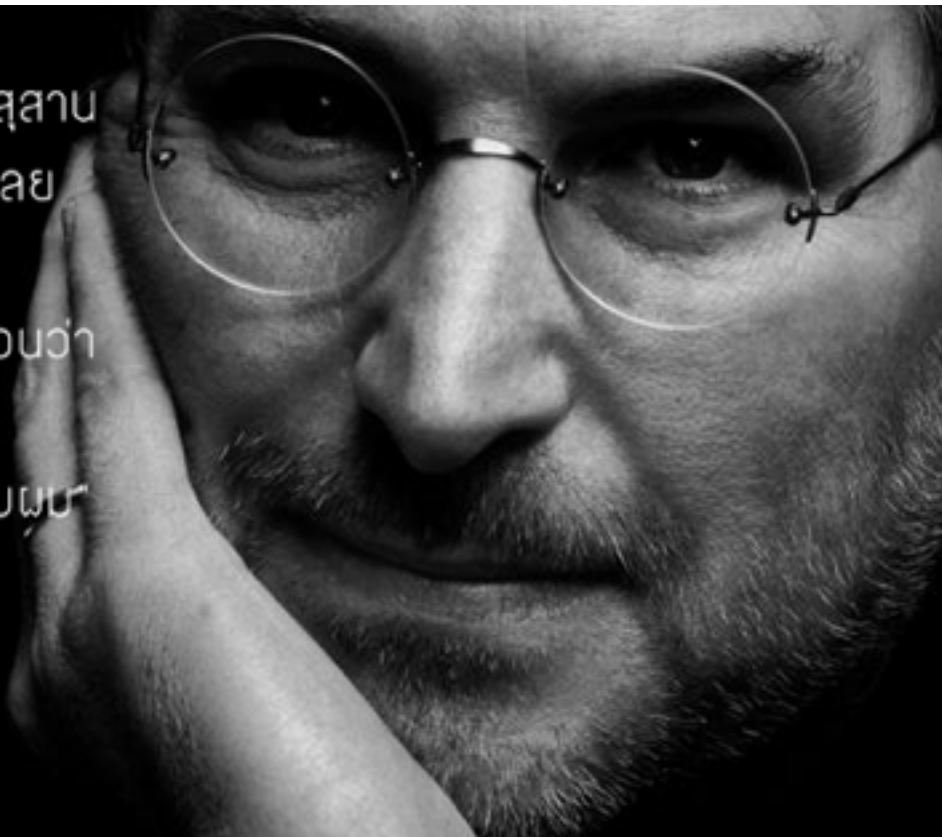
-อัลเบิร์ต ไอน์สไตน์ นักฟิสิกส์ชาวเยอรมัน



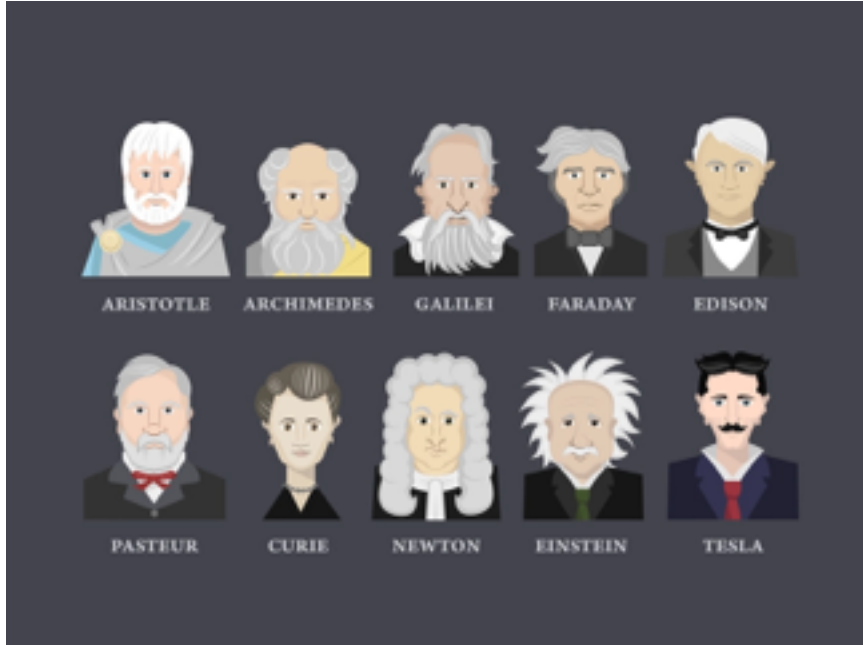
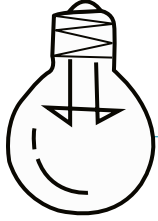
"การเป็นชายที่รวยที่สุดในสุสาน
มันไม่ได้สำคัญอะไรกับผมเลย"

การได้พูดกับตัวเองก่อนนอนว่า
เราได้ทำบางสิ่งที่ดีที่สุดยอด
นั่นต่างหากที่สำคัญสำหรับผม"

-สตีฟ จอบส์ ผู้ให้กำเนิด Apple



2. โครงสร้างแข็งแรง : ต ต ต ต้นต้นเต็น



การเริ่มต้นด้วย**หมัดฮุก**
ทำได้หลายวิธี

- เริ่มเรื่องด้วยคำกล่าว
ของบุคคลสำคัญ



2. โครงสร้างแข็งแรง : ต ต ต ต้นต้นเต็น

การเริ่มต้นด้วย**หมัดฮุค** :

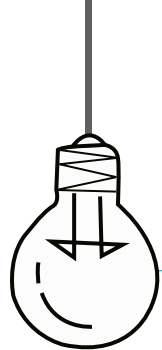
เริ่มเรื่องด้วย**คำคม คำกลอน สุภาษิต แคปชั่น**

ยิว ไม่ดีต่อตา

แต่ถ้า **ยู** มองมามันดีต่อใจ

เด็ด แรงไม่สู้

แต่เรื่อง **ผู้** สู้ตาย



2. โครงสร้างแข็งแรง

ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ

Acting/Speaking Coach

ให้ความสำคัญการพูดที่น่าดึงดูด

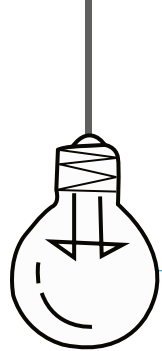
และสร้างอารมณ์ต้องรู้จัก

สร้างองค์ประกอบของเรื่องเล่า



THE DRAMA ACADEMY





2. โครงสร้างแข็งแรง

Story เป็นเรื่องเล่า ที่มีองค์ประกอบ คือ

STORY: n

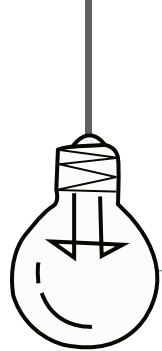
“A **character**-based narration of a character’s **struggles** to **overcome obstacles** and reach an important **goal**.”

2.1 ตัวละคร

2.2 อุปสรรค

2.3 วิธีการก้าวข้าม
เพื่อไปสู่

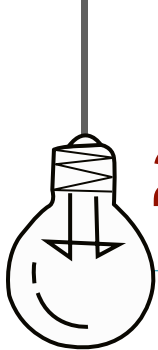
2.4 เป้าหมาย



2. โครงสร้างแข็งแรง

กลางเรื่อง Demonstage a clear change :

- แสดงให้เห็น **Before/After** อย่างชัดเจน
 - ตัวละคร ใช้วิธีแก้ไข อุปสรรค อย่างไร
 - เกิดการ “เปลี่ยนแปลง” อย่างไร จะช่วยให้เรื่อง
เล่าของเรา “ทรงพลัง” มากขึ้น
-

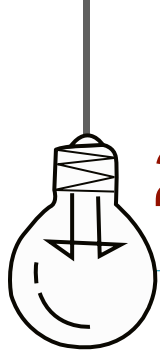


2. โครงสร้างแข็งแรง : ก ก ก กลางกลมกลืน

กลางเรื่อง Demonstage a
clear change :
ทุกครั้งที่เราขึ้นอยู่บนเวที ไม่ว่าจะ
จะนำเสนออะไร
หัวใจการพูดและนำเสนอใน
ทุกเรื่องคือ “การเปลี่ยนแปลง”

LIFE IS
CHANGE

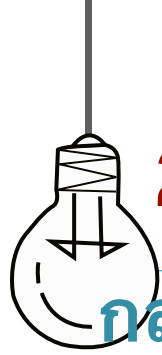
HERACLITUS OF EPHEBUS



2. โครงสร้างแข็งแรง : ก ก ก กลางกลมกลืน

กลางเรื่อง Have clear theme : มี Key messageชัด

- ไม่ว่าเรื่องราวที่เล่าจะแตกต่างกัน แต่ก็มีคามเหมือนกันอย่างหนึ่ง คือ “**theme ของเรื่องที่เป็นสากล มักจะเชื่อมโยงกับคนฟังเสมอ**”
-



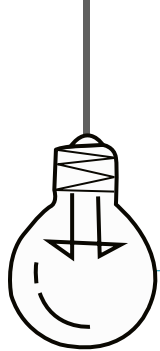
2. โครงสร้างแข็งแรง : ก ก ก กลางกลมกลืน

กลางเรื่อง Have clear theme :
มี Key message ชัด

- theme สากล มักเกี่ยวกับ
การสร้างอารมณ์
(emotional)

เช่น รัก โลภ โกรธ หลง ความ
ยากลำบาก ความแตกต่าง
ความเปลี่ยนแปลง



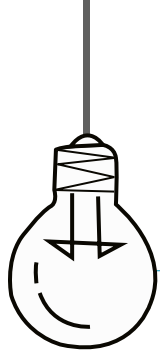


2. โครงสร้างแข็งแรง : จจจ จบจับใจ



จบจับใจ: Do something unexpected

- พุดในสิ่งที่คนฟังคาดไม่ถึง
- หา **Shocking moment** จุดหักมุม
- ดูตัวอย่างสร้างเซอร์ไพรส์แบบ หนึ่งสั้น/เรื่องผี



2. โครงสร้างแข็งแรง : จจจ จบจับใจ

จบจับใจ:

อาจใช้วิธีเดียวกับ ตตต ต้นต้นต้น

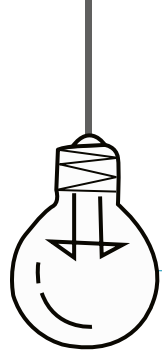
- คือใช้การตั้งคำถามกระตุ้นให้
คิดต่อจาก

theme / ข้อความหลักของเรื่อง

- หรือเล่นกับภาษา คำคม

สุภาพษิตปิดท้าย

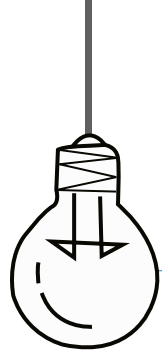
“STARTING STRONG
IS GOOD.
FINISHING STRONG
IS EPIC.”
- ROBIN SHARMA



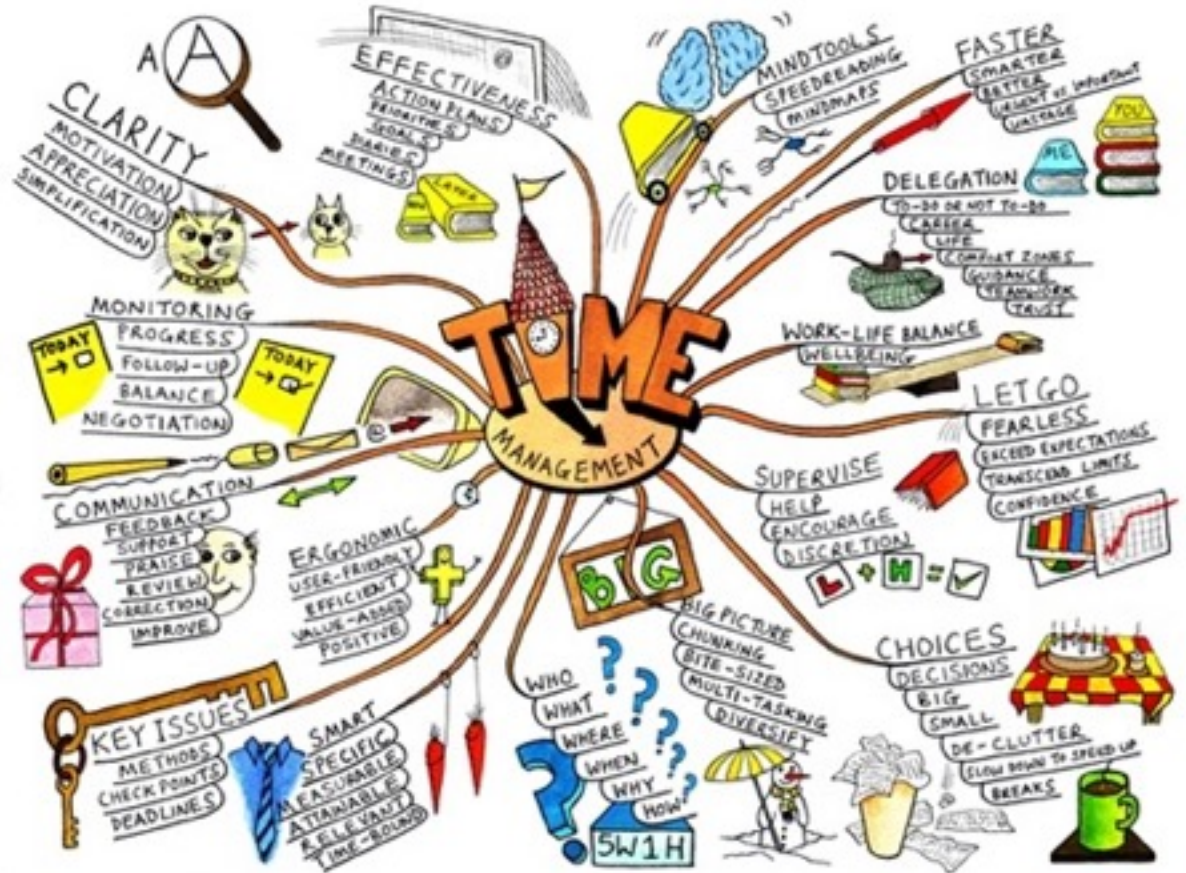
Infographic

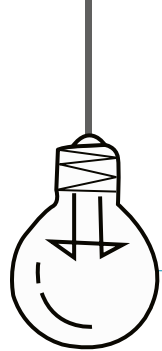
เทคนิค Single Page Note Taking



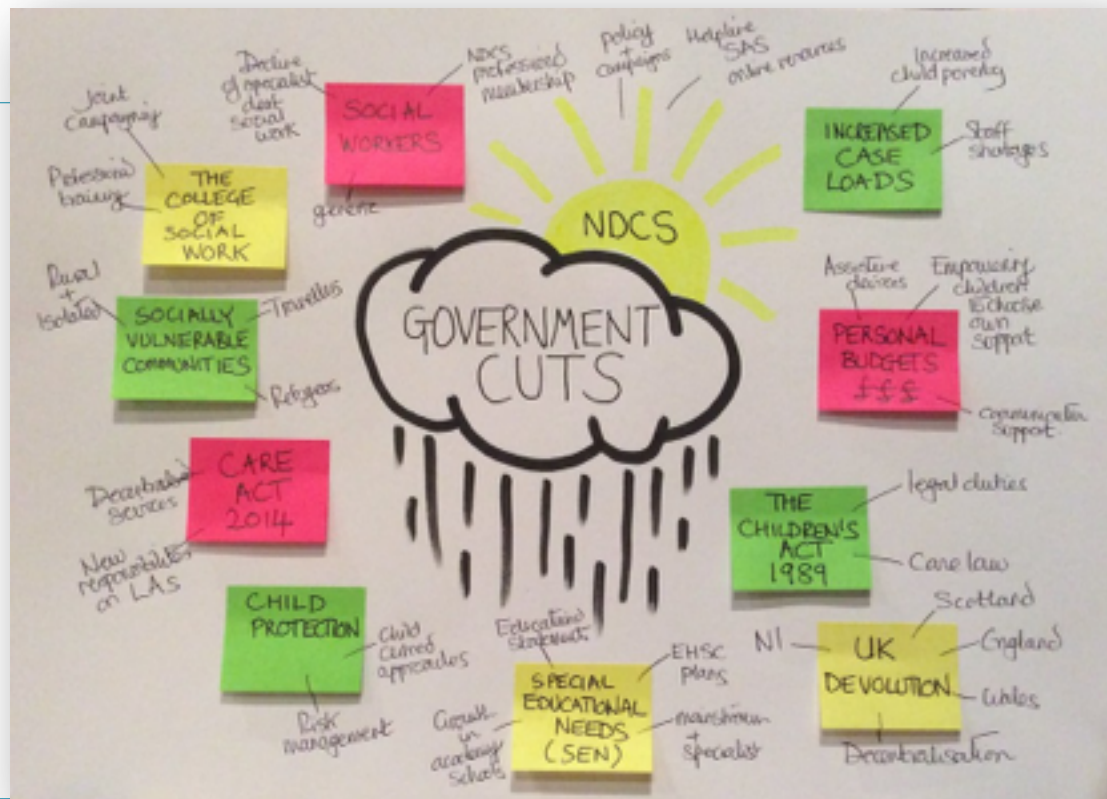


MindMap





post it



โจทย์ฝึกปฏิบัติ

- ฝึกคิด+เรียบเรียง โครงสร้างการพูดแบบเล่าเรื่องตัวเอง ให้เกิด “ความรู้สึกร่วม” (น่ากลัว/เศร้า/ตลก/ประทับใจ/โกรธ ฯลฯ)”
- ใช้ post it แลกความคิด หรือ MindMap หรือ Infographic เป็น ประเด็น/ข้อ และ
- เขียนเป็นกราฟชีวิตที่มีทั้งจุดสูงสุด + ต่ำสุด – และ
- คิด โครงสร้างการพูดต้น-กลาง-จบ
- อัปเดตคลิปพูดตามโครงสร้าง ยาว 1-2 นาที โพสต์ลงในกรุป FB
- ให้โหวตเลือกคลิปที่ชอบ ใครมีคนกดไลค์มากที่สุด 1 คลิปจะได้รับ ของรางวัล และคลิปที่มีคนกดเลิฟเยอะที่สุดจะได้รับของที่ระลึก

