



cariber

ความสำเร็จที่เรียนรู้ได้

คุณพงศ์สุข หิรัญพฤกษ์

Founder และ CEO Show No Limit (Beartai)

THE MASTERY OF COMMUNICATION
เอาชนะใจคนด้วยการสื่อสาร

THE MASTERY OF COMMUNICATION



รู้จักกับ คุณพงศ์สุข หิรัญพฤกษ์

ด้วยประสบการณ์ในวงการสื่อที่มากกว่า 23 ปี
ปัจจุบันคุณพงศ์สุขคือผู้ผลิตสื่อชั้นนำด้านเทคโนโลยีออนไลน์
และเจ้าของเว็บไซต์ 'Beartai' เว็บไซต์ที่ใครหลายคน
นึกถึงเป็นอันดับแรกเมื่อพูดถึงเรื่องไอที

รางวัล 1 ล้านบาทที่เปลี่ยนแปลงชีวิตของเขาในวัย 16 ปีตั้งแต่นั้น เขานำเงินบางส่วนไปซื้อคอมพิวเตอร์ ซึ่งเปิดโอกาสให้เขาเข้าสู่ยุคอินเทอร์เน็ต หลังจากนั้นคุณพงศ์สุขเลือกที่จะเรียนต่อปริญญาตรีด้านกำกับการแสดงโดยตรงที่คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คุณพงศ์สุขเล่าว่าไม่ได้จับพลัดจับพลูระดับที่เหมือนบังเอิญโชคดี แต่เป็นความตั้งใจทำให้เขาเลือกที่จะเดินแล้วก็มาตามเส้นทางอาชีพนี้ และใช้เวลาเป็นสิบปีกว่าที่หน้าจะติดความเข้าใจหรือความรู้จากผู้ชมเพราะว่าออกทีวีอยู่นาน

หลังจากนั้นจึงได้รับโอกาสเป็นพิธีกรรายการ IE Show และ รายการ ไอที จีเนียส เกมแข่งคำถามไอที ทำให้ตัวเขาเองสามารถสื่อสารเรื่องราวไอทีได้อย่างเต็มที่แม้จะอยู่ในยุคที่ทีวีให้ความสำคัญกับเรตติ้งมากกว่าเนื้อหาที่มีสาระ

ก่อนที่จะจะได้เปิดบริษัทอแกไนเซอร์ที่วางจุดขายได้ชัดเจนว่าถ้าแนวไอทีต้อง “โชว์ โน ลิมิต” ด้วยเงินแสนบาทก่อนสุดท้ายที่มาลงทุนก่อตั้งบริษัทในชื่อ บริษัท โชว์ไร้ขีดจำกัด (Show No Limit Co.,Ltd.) และได้ทำรายการ ‘แบไต๋ Hitech’ ครั้งแรกในรูปแบบรายการโทรทัศน์ ก่อนจะเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ออนไลน์กับ ‘Beartai’ ในรูปแบบรายการบนโซเชียลมีเดียที่ปัจจุบันมีผู้ติดตามแฟนเพจเฟซบุ๊กกว่า 1.3 ล้านคน และเป็นเว็บไซต์อันดับ 1 ด้านนำเสนอเรื่องราวไอทีและเทคโนโลยี

ปัจจุบันเขากำหนดหน้าที่พิธีกรไอที ซึ่งมีหน้าที่สื่อสารหรือย่อยเนื้อหาด้านเทคโนโลยีที่เข้าใจยากมาบอกต่อในรูปแบบที่ย่อยมาแล้วและเข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้น

คุณพงศ์ทำงานเป็นพิธีกรไอทีมาถึง 23 ปีซึ่งถือว่ายาวนานถ้าเทียบกับคนทำอาชีพเดียวกัน แต่กว่าคนจะจำหน้าได้ก็ใช้เวลาเป็นสิบปีและตัวเขาเองก็เริ่มพยายามในเส้นทางนี้มาตั้งแต่อายุ 16 ในฐานะพิธีกรเขามีคติประจำใจว่าต้อง

**“ภูมิใจเสนอ อยู่เสมอ
ในเรื่องที่อยากจะเล่าและสื่อสารเรื่องราว”**

“Effective Communication”

คุณพงศ์สุขบอกว่าความสำคัญของการสื่อสารนั้นสำคัญมากเพราะมนุษย์ต้องอยู่ร่วมกันในสังคมหลายคนก็ชื่นชมคุณพงศ์สุขเพราะสามารถ “เล่าเรื่องยากเป็นเรื่องง่าย” ซึ่งเป็นคุณสมบัติของการเล่าที่ดี

หากวันนี้เราจะถามกันถึงว่าการสื่อสารสามารถพัฒนาปรับปรุงได้หรือไม่?

เขาให้คำตอบว่าได้ ในแบบทำให้สั้นลงเรื่อยๆ และสามารถทำให้เข้าใจได้มากขึ้นเรื่อยๆ เหมือนมือถือที่เล็กลงแต่ประสิทธิภาพมากขึ้นเรื่อยๆ เทคโนโลยีส่วนใหญ่ก็เป็นแบบนั้นเช่นกัน คุณพงศ์สุขบอกว่าหากจะพัฒนาการสื่อสารส่วนบุคคลให้ดีขึ้น ‘ดูตัวอย่างดี’ และ ‘ดูตัวอย่างเลว’ เพราะว่าการดูตัวอย่างดีบางครั้งเรานึกไม่ออกว่าเราจะตามเขาอย่างไร แต่ถ้าเราดูตัวอย่างเลวเราจะรู้ว่าจะไม่ทำแบบนั้น “พอคนเราตัดสิ่งที่จะทำและไม่ทำออกได้จะเจอสิ่งที่เป็แนวทางของตัวเอง” เขากล่าว

และอีกข้อที่สำคัญคือการมองสิ่งที่ตัวเองถ่ายทอดในมุมมองของคนดู ด้วยใจที่เป็นกลางเพื่อปรับปรุงสิ่งที่ผิดพลาดให้ดีขึ้น

เขบอกว่าผลลัพธ์ของการสื่อสารที่ดี คือต้องทำให้ผู้ฟังสามารถจะรับสารได้อย่างครบถ้วน และทำให้ผู้ฟังสามารถจะคล้อยตามกับเนื้อหาที่กำลังนำเสนอ รวมถึงทำให้ผู้ฟังอยากจะฟังเราซ้ำแล้วซ้ำอีกทั้งเรื่องใหม่ๆ หรือเรื่องเดิม ซึ่งทักษะการพูด การสื่อสาร และการนำเสนอล้วนเป็นทักษะที่สำคัญสำหรับทุกๆ อาชีพ

“ทุกคนรู้ว่าสิ่งดีๆ มีอยู่เยอะ แต่ถ้าเราเล่าไม่ได้ ก็ไร้ประโยชน์” เขากล่าวนอกจากนี้การสื่อสารยังเป็นเรื่องที่อยู่ในชีวิตประจำวันของเราเพราะเรามีปากพูดกันทุกคน ดังนั้นการคิดว่าจะใช้คำพูดอย่างไรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดจึงสำคัญมาก เพราะคำพูดเป็นสิ่งที่พูดไปแล้วย้อนกลับคืนมาไม่ได้ จึงเป็นเรื่องที่ต้องออกแบบเพื่อทำแล้วเกิดผลที่ตามมาในทางที่ดี

Engage with Audience

คุณพงศ์สุขบอกว่าการจะทำให้ผู้คนมีปฏิสัมพันธ์กับเราได้ต้องหลอมรวมกันทั้งผู้ฟังและผู้พูดนอกจากนี้คุณพงศ์สุขแนะนำว่าหากไปพูดกับกลุ่มคนที่เป็นกลุ่มเฉพาะ เช่น โรงเรียน องค์กร สำนักงานออฟฟิศ สิ่งที่ต้องทำการบ้านก่อนขึ้นเวที คือถามผู้ประสานงานคนที่พาไปพูดก่อนเลยว่า ใครเป็นคนที่โดดเด่นที่สุด เพราะจะทำให้เล่าเรื่องหรือยกตัวอย่างได้ง่าย บรรยากาศก็จะดีขึ้น รวมถึงเป็นการสร้างความประทับใจแรกได้ด้วย

ความเป็นธรรมชาติก็เป็นอีกเรื่องที่มีความสำคัญมาก แต่ธรรมชาติในที่นี้ไม่ใช่ธรรมชาติแบบที่ต้องเป็นตัวของตัวเองแบบสุดโต่ง คุณพงศ์สุขเล่าว่าธรรมชาติในสื่อคือ การที่ผู้พูดสามารถหาแนวทางของตัวเองได้เวลาอยู่หน้ากล้องหรือบนเวที เป็นธรรมชาติที่เลือกใช้ในการสื่อสารข้อมูลในทุกครั้ง ซึ่งหากฝึกฝนก็จะช่วยให้ทำออกมาได้ดี

“อย่าให้การพูดเป็นการพูดหนึ่งชั่วโมงหรือสองชั่วโมงที่เสียไปเปล่าๆ โดยที่ไม่มีเสียงอะไรตอบรับกลับมา นั่นไม่ใช่การสร้างความสัมพันธ์กับผู้คนที่ดี”

การสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้นับว่าเป็นความฉลาดทางการเข้าสังคม และคุณพงศ์สุขมองว่าหัวใจสำคัญในยุคนี้คือ “รู้อะไรไม่รู้ รู้จักพูด” ต้องดีไซน์คำพูดให้เข้ากันกับสถานการณ์หรือเรื่องราวเหตุการณ์ได้ นอกจากนี้ การสื่อสารอย่างจริงใจ สื่อสารด้วยความรู้สึกจากเนื้อแท้ธรรมชาติที่เราเป็นจริงๆ จะสามารถทำให้เราชนะใจผู้ฟังได้

นำเสนออย่างมืออาชีพ

การนำเสนอที่ดีเริ่มจากการเข้าใจผู้ฟัง เพราะจะวางแผนการพูดได้ เราต้องรู้ว่าผู้ฟังเป็นใคร เช่น นำเสนองานต่อหัวหน้า หรือ 프리เซนต์งานให้กับลูกค้าฟัง เป็นต้น เมื่อรู้จักผู้ฟังก็จะช่วยเพิ่มโอกาสมากขึ้น นอกจากนี้เรายังต้องเตรียมความพร้อมหรือซ้อมให้บ่อย ซึ่งวิธีที่คุณพงศ์สุขใช้ก็คือเขียนใจความสำคัญ หรือเขียนเป็น Bullet Point เขาแนะนำว่า “ซ้อมให้หนักกับคนที่ตั้งใจฟัง” และสิ่งที่ขาดไม่ได้เลยคือต้องมีความมั่นใจ เพราะความมั่นใจเกิดจากการเตรียมตัวที่มากพอ เขาย้ำว่าพูดอย่างมั่นใจและเว้นจังหวะอย่างเหมาะสม จะช่วยให้การนำเสนอดีขึ้น

*“เมื่อมันเป็นเรื่องของคุณ คุณต้องเล่าได้ดีที่สุด
นำเสนอต่อผู้คนด้วยความรู้สึกภูมิใจเสนอ”*

ขายแบบไม่ขาย ขายแบบจริงใจ

วันนี้โลกเปลี่ยนไปมาก ปัจจุบันผู้บริโภคหรือลูกค้าที่เรียกว่า โปรซิวเมอร์ (Prosumer) คือ “Professional” บวกกับ “Consumer” ที่รู้เท่าทันสื่อมากขึ้นนั้นกลายเป็นคนส่วนใหญ่ไปแล้ว หัวใจสำคัญของสื่อสาร ได้แก่ มีความจริงใจ ต้องใช้ความรู้นำเสนอ บอกรายละเอียดจริง และต้องบอกผลของการใช้งาน ปัจจุบันคนสามารถเลือกดูรายการได้ตามใจและดูย้อนหลังได้ ดังนั้นสิ่งที่ต้องทำให้ได้ก็คือ การเอาโฆษณามาอยู่ในเนื้อหาในรูปแบบที่มีความเสรีในการเลือก และสิ่งสำคัญที่สุด คือ ราคา เพราะราคาคือหัวใจของการปิดการขาย เพราะว่าแต่ละคนมี Price Point ที่ไม่เท่ากัน ดังนั้นจึงไม่ควรปิดบังราคา และอะไรที่มีข้อจำกัดจำเป็นที่จะต้องบอกให้หมด ทั้งหมดจะช่วยให้ผู้ฟังหรือลูกค้ารู้สึกว่าเป็นข้อมูลที่เขาสารภาพประมวลผลได้และตัดสินใจซื้อได้

Public Speaking

การพูดต่อหน้าผู้คน หรือ Public Speaking อาจเป็น เรื่องที่ยากสำหรับใครหลายๆ คน แต่คุณพงศ์สุขบอกว่า สิ่งนี้สามารถพัฒนาให้ดีขึ้นได้ด้วยทักษะและประสบการณ์ การพูดต่อหน้าคนหมู่มาก ซึ่งหากพัฒนาได้ ผู้พูดก็จะสามารถ ดึงดูดความสนใจของผู้ฟังเพื่อสื่อสารในเรื่องที่ต้องการได้

วิธีการพัฒนาทักษะ Public Speaking สำหรับคนที่ กลัวการพูดต่อหน้าคนจำนวนมาก คือต้องคิดเสมอว่า “เห็นเวทีเป็นหนึ่งในเฟอร์นิเจอร์บ้านเราให้ได้” โดยเทคนิค เอาชนะการตื่นเวทีมีด้วยกันอยู่ 3 สิ่ง คือ มองข้ามสายตา กระจายน้ำหนักในการมอง และสื่อสารกับคนฟังให้เหมือนเพื่อน

คุณพงศ์สุขแชร์ประสบการณ์เมื่อครั้งที่เขาได้มีโอกาสเรียน หลักสูตรสั้นๆ ชื่อ “How to Make People Laugh” หรือทำ อย่างไรให้คนหัวเราะ กับนักแสดงอังกฤษรุ่นเดียวกับมิสเตอร์ บีน ชื่อคุณมิชลิน ซึ่งเขาได้บทเรียนสำคัญมาว่า การแสดง ไม่ใช่สิ่งที่ทำด้วยตัวคนเดียว แต่เป็นสองคน เพราะคนดูก็คือ คู่สนทนา ดังนั้นอะไรก็ตามที่มีการโต้ตอบก็คือการสื่อสาร และทำให้บทสนทนาจะนำไปสู่การเล่าเรื่องที่สำเร็จเป็นจริงได้

“เราต่างไม่ได้อยู่คนเดียว อยู่บนเวทีก็มีเพื่อนอีกมาก ถ้าจินตนาการได้ว่าคนดูคือเพื่อน แล้วก็สื่อสารเสมือนว่า พวกเขาเป็นผู้ที่พร้อมที่จะรับฟังข้อมูล และอยากจะฟัง ข้อมูลจากเรา เท่านั้นก็เพียงพอ” เขากล่าวเสริม

ภาษากายและการแต่งกาย

อีกสิ่งที่สำคัญในการสื่อสารกับผู้ชม คือ ภาษากายและการแต่งกาย ซึ่งคุณพงศ์สุขเล่าให้ฟังว่าหลายครั้งที่การใช้ท่าทางสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชมหรือผู้ฟังได้ ท่าทางการพูดที่ดีจะทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างราบรื่น โดยมีกฎสำคัญคือ มือห้ามล้วงกระเป๋า และต้องไม่ทอดก

นอกจากนี้การแต่งกายที่เหมาะสมยังเป็นการให้เกียรติผู้ฟังด้วย อย่างเทคนิคการแต่งกายของคุณพงศ์สุขสำหรับงานลูกค้า ก็คือการที่เขาแต่งตัวตามสีของแบรนด์ลูกค้า โดยเขาจะมีสูททุกเฉดสีเก็บไว้เพื่อจะได้ใช้งานได้สะดวกเวลาต้องการ เขาบอกว่าการแต่งกายให้เหมาะสมก็เป็นเหมือนการเคารพผู้ฟัง การเตรียมความพร้อมเรื่องการแต่งกายจะช่วยสะท้อนมูลค่าและให้เกียรติลูกค้าด้วย “แฟชั่นเป็นสิ่งที่หมุนไปเรื่อยๆ ไม่ใช่เรื่องตายตัว อยู่ที่ว่าคุณนั้นมีความนิยมแบบไหน แล้วสามารถหาแต่งได้ในช่วงเวลาต่างๆ กันแค่นั้น” คุณพงศ์สุขกล่าว

การสัมภาษณ์ให้แตกต่าง

ในฐานะพิธีกรที่ผ่านทั้งงานหน้าจอและเวทีมาอย่างยาวนาน คุณพงศ์สุขเล่าว่าเขามีโอกาสหลายครั้งที่ได้สัมภาษณ์คนที่มีชื่อเสียงหรือคนที่เขาไม่คิดว่าจะได้พูดคุยด้วยในชีวิตการทำงานของเขา อย่างเช่น วิลลี่ สมิธ นักแสดงคนดังจากฮอลลีวูด ขั้นตอนสัมภาษณ์จึงต้องตรวจสอบคำถามอย่างละเอียดเพื่อตรวจสอบเช็คความพร้อมทุกอย่าง

คุณพงศ์สุขบอกว่าวิธีเตรียมตัวก่อนสัมภาษณ์ คือ ต้องรู้จักผู้ถูกสัมภาษณ์ หรืออ่านบทสัมภาษณ์เก่าๆ เพราะไม่มีใครชอบตอบคำถามซ้ำๆ และอ่านบทสัมภาษณ์เพิ่มความพร้อมด้วย นอกจากนี้หน้าที่ของผู้สัมภาษณ์ที่ดีคือต้องจดคำถามและทำให้แขกรับเชิญพูดอย่างมีศิลปะ ต้องใช้วิธีการถามแย่งแทนคนดู อีกหนึ่งข้อควรระวังที่คุณพงศ์สุขบอกว่าเขามักระวังในการเป็นพิธีกรเสมอคือ ไม่ใช่คำว่า "เรา" และ ไม่ใช่คำว่า "เนาะ" เพื่อเป็นการให้เกียรติและไม่เป็นการตีสอนกับแขกมากเกินไป เพราะในฐานะผู้สัมภาษณ์ เราจะต้องเป็นพวกเดียวกับคนดู

“ผู้สัมภาษณ์มีบทบาทสำคัญในการจูงเรื่องราวจากปากแขกรับเชิญ เพื่อให้แขกรับเชิญได้นำเสนอทั้งตรงใจที่ตัวเองอยากจะนำเสนอ แล้วก็ทั้งประโยชน์ของคนฟังที่จะได้อะไรมากกว่าสิ่งที่แขกรับเชิญตั้งใจไว้” เขากล่าวเสริม

คุณพงศ์สุขแนะนำว่าคำถามที่ดีต้องส่งเสริมความเข้าใจอย่างถูกต้อง ส่วนเทคนิคที่เขาเตือนว่าอย่าทำก็คือห้ามถามมองคำถามขณะมีคำตอบ เพราะจะทำให้เสียสมาธิและเป็นการไม่ให้เกียรติผู้ถูกถามด้วย

Case Study: กระบวนการสื่อสารของ Beartai

ก่อนจะเล่าเรื่องราวการทำ 'Beartai' (แบไต๋) ให้สามารถก้าวขึ้นมาเป็นสื่อยอดนิยมเช่นในปัจจุบัน คุณพงศ์สุขบอกว่าสื่อในปัจจุบันเปลี่ยนไปมากทำให้ต้องเรียนรู้และเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคหรือลูกค้าอยู่เสมอ เขาเล่าให้ฟังว่าในยุคโทรทัศน์กว่าจะเริ่มรายการได้ต้องมีการเข้าเรื่องที่ใช้เวลานาน แต่ปัจจุบันบนหน้าจอมือถือ ผู้คนสามารถโฟกัสได้เพียง 6 วินาทีแรก และถ้าไม่น่าสนใจมากพอ คนเหล่านี้จะเลือกดูคลิปใหม่แทน

คุณพงศ์สุขบอกว่าการจะเปลี่ยนเอาคอนเทนต์หรือเนื้อหาที่อยู่ในโลกปัจจุบันวันนี้ ไม่ใช่เพียงแค่เอาไฟล์วิดีโออัปโหลดเท่านั้น แต่ต้องปรับจริตและปรับขนาดในการนำเสนอค่อนข้างมาก เหตุผลเพราะว่าสมาธิคนดูที่ในอดีตที่เคยสามารถดูระยะยาวได้กลับกลายเป็นสั้นลง ดังนั้นการจะนำเสนอคอนเทนต์บนหน้าจอ จึงต้องดูแพลตฟอร์มที่ลงด้วยว่า คนรับชมมีพฤติกรรมการดูแบบใด และต้องปรับรูปแบบของคอนเทนต์ให้เหมาะกับแต่ละแพลตฟอร์มด้วย เช่น Facebook จะเป็นแบบ Square เพื่อให้ผู้ชมสามารถดูบนมือถือได้แบบไม่ต้องหมุนหน้าจอ หรือ Instagram ก็ปรับเป็น 9:16 เพื่อดึงดูดผู้ชมให้ดูนานที่สุด ส่วน YouTube จะเป็น 16:9 ตามอุปกรณ์ส่วนใหญ่ที่เปิดดู เช่น จอคอมพิวเตอร์ หรือสมาร์ททีวี

“เปิดให้ปัง เล่าให้เป๊ะ มุขให้ป๊อป ฮุกให้เปรี้ยว จบให้ปัง”

ทั้งหมดนี้คือ 5 วิธีการเล่าเรื่องในสไตลของ Beartai ที่กำหนดเป็น ธรรมเนียมในการติดต่อและการเขียนสคริปต์

เนื้อหา 20 เปอร์เซ็นต์ของ Beartai เป็น เนื้อหาที่ไม่สามารถหาได้ที่ไหน แต่กลับเป็นส่วนที่ดีที่สุดในการสร้างความจดจำต่อผู้คน โดยเทคนิคการสร้างคอนเทนต์สไตล Beartai ที่คุณพงศ์สุขบอกมีอยู่ 3 เรื่อง คือ ตอบสนองความต้องการของคนดู มีสไตลการติดต่อเป็นของตัวเอง หากความรู้จากความสงสัยที่เป็นความจริง และตอบคำถามสังคมทันเวลา เขาบอกว่าหลายๆ เรื่องที่ Beartai ทำเป็นต้นทางเสมอ ตั้งแต่เรื่องสังคมไร้เงินสด จนถึงเรื่องวัคซีน ความเหลื่อมล้ำของวัคซีน หรือ Home Isolation เป็นต้น

ส่วนเทคนิคการเล่าเรื่องสไตล Beartai ก็มีสูตรง่ายๆ คือ S.P.Y. ซึ่งหมายถึง Simple (เรียบง่าย) Persuasive (โน้มน้าวใจ) และ Youthfulness (สดใหม่)

ละคุณพงศ์สุขฝากบทเรียนสำคัญที่เขาเรียนรู้มาอย่างยาวนานในวงการสื่อตลอดระยะเวลากว่า 23 ปี ก็คือ การต้องมีหลักการในการ “ทำอะไรและไม่ทำอะไร” ตั้งแต่จังหวะนำเสนอ จังหวะการพูด รวมไปถึงเรื่องอาชีพที่การจะอยู่เป็นอาชีพนี้ได้อย่างยาวนานต้องรู้ว่าทำอะไรและไม่ทำอะไร “เงินซื้อเราไม่ได้ถ้ามันไม่ใช่สิ่งที่สอดคล้องกับหลักการของเรา” เขากล่าวอีกเรื่องคือ Fail Fast หรือ การล้มเหลวให้ไว เขาบอกว่าถ้าเรารู้ว่าเรื่องบางอย่างที่เป็นความเชื่อเรา แล้วผลออกมาไม่เป็นอย่างที่คิด ก็อย่าฝืน แต่ให้ลองไปทำอย่างอื่นเพื่อรอจังหวะที่กลับมาทำอีกครั้ง “สิ่งที่ผมเรียนรู้หลังและสามารถอยู่ในวงการสื่อมาได้นาน คือ ถ้าคุณตั้งใจมากพอที่คุณจะอยู่กับมัน มีความซื่อสัตย์ ปฏิบัติต่อมันเสมือนเป็นสิ่งที่คุณหลงใหล ก็จะทำให้ทุกคนอยู่ในวงการนั้นได้นาน ไม่ว่าจะเป็นแวดวงไหนก็ตาม” คุณพงศ์สุขกล่าวทิ้งท้าย