

ปีที่ 30 ฉบับ 10532 วันจันทร์ที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2560 หน้า 26



กรุงเทพธุรกิจ

PR 4.0

● โสพิส เกษมสหัส

รองประธานอาวุโส พาร์กเนอร์และผู้จัดการทั่วไป  
บริษัท เวลซแมน ฮิลลาร์ด (ประเทศไทย) จำกัด

## การเล่าเรื่องด้วยข้อมูล สื่อสารผ่านเรื่องราว เสริมสร้างความเข้าใจ



หลายๆ คนอาจมองว่า การเป็นนักประชาสัมพันธ์คล้ายคลึงกับการเป็นนักวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งในความจริงแล้ว ถูกเพียงส่วนหนึ่ง เพราะข้อมูลที่เราใช้ในการวิเคราะห์นั้นส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลเชิงบริบท ที่ไม่มีโครงสร้างตายตัวเสียมากกว่า

อย่างเช่น การสังเกตบทสนทนาจากโลกออนไลน์ การเก็บข้อมูลจากข่าวสารความเป็นไปในสังคมและประเทศ ใครทำอะไร ที่ไหน อย่างไร ฯลฯ

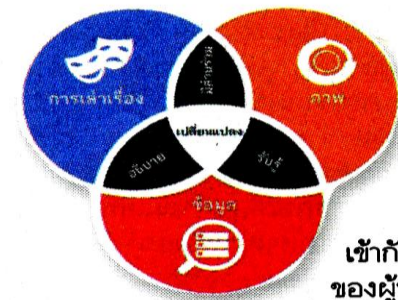
ดังนั้น โซเชียลและดิจิทัลทีม จึงมีบทบาทสำคัญต่อการได้มาซึ่งข้อมูล โดยข้อมูลที่ได้อาจจะถูกนำมาจัดระบบใหม่และถูกนำเสนอโดยการใช้ Social listening tools ผ่านการใช้เทคนิค การเล่าเรื่อง (Storytelling)

ในขณะที่หน่วยงานอื่นๆ อาจยังยึดติดกับวิธีเดิมๆ ในการนำเสนอข้อมูล อย่างการใช้สถิติ หรือการใช้โปรแกรม บริษัทที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ได้ประยุกต์ใช้การเล่าเรื่องราวเป็นเทคนิคในการถ่ายทอดข้อมูลมานานแล้ว เพราะการเล่าเรื่องสามารถสร้างผลกระทบต่อผู้บริโภคได้ดีที่สุด ดังข้อมูลจาก โพรเฟสเซอร์ Chip Heath จากมหาวิทยาลัย Stanford ที่เปิดเผยว่า 63% ของกลุ่มตัวอย่าง สามารถจดจำเรื่องราวได้ แต่มีเพียงแค่ 5% สามารถจดจำข้อมูลเชิงสถิติ ดังคำกล่าวที่ว่า “ผู้คนรับรู้ถึงเรื่องราวมากกว่าจดจำสถิติ”

ดังนั้นเมื่อต้องการให้ผู้บริโภครับรู้ถึงข้อมูลต่างๆ พร้อมกับสร้างผลกระทบต่อพวกเขา การบูรณาการ ข้อมูลเหล่านั้นเข้ากับเรื่องราว จึงเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพทั้งในเชิงการเข้าถึงอารมณ์เพื่อสร้างผลกระทบ และในเชิงการรับรู้ข้อมูล

ด้วยเหตุนี้ การเรียนรู้ที่จะบูรณาการข้อมูลเข้ากับการบอกเล่าเรื่องราวจึงกลายเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

**แผนผังแสดงรูปแบบการเล่าเรื่องด้วยข้อมูล**



แผนผังนี้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของ 3 องค์ประกอบสำคัญในการเล่าเรื่องด้วยข้อมูล แบ่งได้ 3 กรณี

กรณีแรก คือเมื่อบูรณาการข้อมูล (data) เข้ากับภาพ (visuals) จะทำให้ผู้ฟังได้รับความรู้ที่แจ่มแจ้งยิ่งขึ้น

กรณีที่ 2 เมื่อจับคู่การเล่าเรื่อง (narrative) เข้ากับภาพ (visuals) จะเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ฟัง ส่งผลให้ผลกระทบต่อผู้ฟังมีมากขึ้น กรณีที่ 3 เมื่อประยุกต์ข้อมูล (data) เข้ากับการเล่าเรื่อง (narrative)

จะเป็นการอธิบายให้ผู้ฟังเข้าใจและจดจำข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น

ปัจจุบันแนวโน้มในการจัดการข้อมูลของผู้คนได้เปลี่ยนแปลงไป จากการเก็บข้อมูลส่วนตัวของพวกเขาไว้เป็นความลับ สูการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว รวมถึงความคิดเห็นต่างๆ ผ่านช่องทางที่ไม่ว่าใครก็สามารถเข้าถึงได้ ด้วยเหตุนี้ ผู้ที่รู้จักประยุกต์ใช้ Social listening tools เท่านั้น ที่จะรู้เท่าทันพวกเขาอย่างแท้จริง