



จะว่าไปแล้ว ความก้าวหน้าของดิจิทัลและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องได้ส่งผลมากมายในการเปลี่ยนแปลงต่อวิถีคิด การใช้ชีวิตพฤติกรรม และการแสดงออกของคนต่างไปจากอดีตสิ้นเชิง

ขณะเดียวกัน ยังส่งผลต่อรูปแบบการสื่อสารและวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้วย ที่จะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิธีปฏิบัติให้แพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง โดยอาศัยการใช้สื่อ หรือวิธีการต่างๆ อย่างหลากหลายตามวัตถุประสงค์กำหนดไว้ว่า ต้องให้กลุ่มเป้าหมายรู้ เข้าใจ เกิดการยอมรับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และจะต้องมีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ที่กำหนดแนวทางไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจตามที่ต้องการ เห็นด้วย คล้อยตาม กระตุ้น สร้างความร่วมมืออย่างใดอย่างหนึ่ง เปลี่ยนทัศนคติ ตลอดจนพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้ได้ ด้วยการใช้สื่อ กิจกรรม เนื้อหา ตลอดจนวิธีการที่แปลกใหม่ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ในการสื่อสารนั้น และแน่นอนว่าต้องตอบโจทย์ความต้องการทางการตลาด แปรนด์ภาพลักษณ์ และสนองต่อกรรบรรลุเป้าหมายขององค์กร ในที่สุด

**แนวคิดเกี่ยวกับ PR Plus+**

การประชาสัมพันธ์ภายใต้แนวคิด PR Plus+ นี้คือแนวทางที่ผู้เขียนได้สร้างขึ้นให้สอดคล้องกับยุคสมัย ที่จะทำให้การสื่อสารผ่านช่องทาง เครื่องมือ รูปแบบ วิธีการ หรือกิจกรรม ที่จะนำเนื้อหา ข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นการเจาะลึก หรือการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่จะนำไปสู่ความรู้ ความเข้าใจ ภาพลักษณ์ที่ดี ความสามารถในการสร้างกระแสเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ภายใต้กรอบแนวคิดที่วางไว้



## การตั้งคำถาม

### สำหรับดำเนินการประชาสัมพันธ์แบบ PR Plus+

ในยุคดิจิทัล การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายใต้สิ่งแวดล้อมและเงื่อนไขที่เปลี่ยนแปลงไปได้ตลอดเวลา จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์ประสบผลสำเร็จ และตรงเป้าหมายมากขึ้น อยู่ภายใต้ 5 แนวคิด ดังต่อไปนี้

**Why PR** การตั้งคำถามทุกครั้งว่าจะ PR หรือประชาสัมพันธ์ไปทำไม เพื่ออะไร เป็นการตั้งหลักในการสื่อสารที่สำคัญมาก เพราะนอกจะเป็นการทบทวนแล้ว ยังเป็นการสร้างความชัดเจนในการทำงานต่อไป

**What PR** การตั้งคำถามว่าเรา จะต้อง PR อะไร เป็นการระบุเรื่องราว เนื้อหา ที่จะต้องทำความเข้าใจ ในรายละเอียดที่จะดำเนินการ

**When PR** การกำหนดช่วงเวลาชัดเจน เป็นการเตรียมการให้มีความพร้อมทันกับสถานการณ์ หรือข้อกำหนดต่างๆ ให้กับทั่วทั้ง

**Who PR** การสร้างข้อตกลงที่ชัดเจน ว่าใครบ้างจะมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์นั้น ในฐานะอะไรบ้าง ในนามบุคคล องค์กร ผลิตภัณ์ หรือแบรนด์ในรูปแบบไหนบ้าง ตลอดจนใครจะเป็นผู้ขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์

**How PR** การวางแผนการประชาสัมพันธ์ ให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนทั้งกระบวนการว่าจะต้องดำเนินการอย่างไร ช่องทาง กิจกรรม กลยุทธ์ งบประมาณ การติดตามผล แนวทางการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

## PR Plus+ กับการสร้างความน่าเชื่อถือ ของประเด็นในการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มาทุกยุคทุกสมัย ต่างให้ความสำคัญกับประเด็นเนื้อหา ที่ถือเป็นหัวใจสำคัญของการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคดิจิทัล ที่มุ่งเน้นประเด็นที่ทันสมัย รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ หากเนื้อหาที่น่าสนใจ ไม่สามารถสร้างความน่าสนใจ น่าติดตาม สามารถตอบสนองความต้องการผู้รับ ก็อาจทำให้ผู้รับสามารถเปลี่ยนไปหาข้อมูลจากแหล่งอื่นได้ ซึ่งสามารถทำได้ง่ายสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

ประเด็นเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ที่ดีจึง ควรเป็นสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายสนใจหรืออยากจะทำ เป็นการนำเสนอถึงเหตุผลและความจำเป็นเพื่อ ตอบโจทย์ ความอยากรู้ ความต้องการแก้ไขปัญหา ความต้องการในความสุข ความสะดวกสบายของชีวิต เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม และผู้รับสารที่อาจสร้างความรับรู้ เข้าใจ กระตุ้น ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การกระทำในเรื่องนั้นๆ รวมถึงการแสดงข้อคิดเห็น ขยายผลต่อเนื่องออกไปอีก



## ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ

### ที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์และสื่อสารองค์กร " www.drphot.com "

นักสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ  
ด้วยประสบการณ์กว่า 25 ปี ในด้านการศึกษา  
ยุทธศาสตร์ สื่อสารการตลาด  
แบรนด์ ภาพลักษณ์ขององค์กรจนถึงระดับชาติ  
ผู้บรรยายในระดับปริญญาโท-เอก  
ให้กับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ  
มีผลงานวิชาการกว่า 300 ผลงาน  
กับตำแหน่งที่หลากหลาย  
ทั้งด้านธุรกิจ สังคม และศิลปวัฒนธรรม  
รวมถึงการเป็นนายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย

การหาจุดร่วมระหว่างสิ่งที่แบรนด์ ต้องการนำเสนอ กับกลุ่มเป้าหมายก่อนนำเสนอข่าวสารได้ออกไป ด้วยการศึกษาดูสถานการณ์ พฤติกรรม การหาเหตุผลปัจจัย ว่าเพราะเหตุใดกลุ่มเป้าหมายจึงให้ความสนใจ แล้วใช้โอกาสดังกล่าวสื่อสารคุณค่าของประเด็นเหล่านั้น ที่แบรนด์ต้องการสื่อออกมาต่อไป

## PR+ กับการสร้างอิทธิพลทางความคิด และสร้างการมีส่วนร่วม

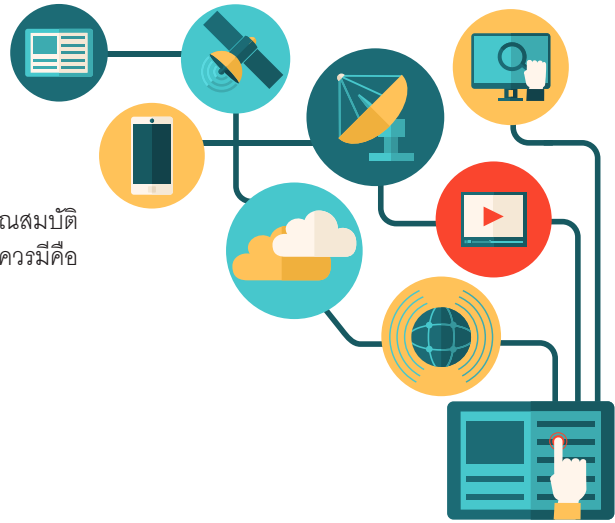
ในยุคที่ประชาชนผู้รับข่าวสารติดต่อกัน โดยทุกคนสามารถเป็นผู้สร้างสารและ ส่งข้อมูลสารเองได้อย่างง่ายดาย ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงลักษณะของการสื่อสารจากแนวตั้งมาสู่การสื่อสารแนวราบ พร้อมมีการกระจายตัวได้ง่าย และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพียงในยุคนี้ ไม่ว่าจะกลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นใคร อีกหนึ่งแนวทางที่นำมาใช้ ก็คือการทำให้เรื่องราว ได้รับการกล่าวขวัญถึง การพูดปากต่อปาก มีการชื่นชมและส่งต่อ โดยเฉพาะในเครือข่าย Social Media จะเป็นการช่วยส่งเสริมให้ เรื่องราวนั้นขยายผลผ่านช่องทางเพิ่มขึ้นในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ประชาชน และสื่อดังกล่าว ได้ทำให้เกิดการเข้าถึงข้อมูล ของแบรนด์ได้โดยสะดวก รวดเร็ว

ขณะเดียวกันการกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม ปฏิสัมพันธ์ ย่อมทำให้เรื่องราวของเราเป็นที่น่าเชื่อถือของสังคม การใช้บุคคลที่รับรู้เรื่องราวเป็นผู้กระจายข่าว ย่อมมีความน่าเชื่อถือ

## PR Plus+ เมื่อ PR ต้องเป็นมากกว่า PR

ด้วยเหตุของการประชาสัมพันธ์ หรือการสื่อสารที่ปรับเปลี่ยน คุณสมบัติของการเป็นนักประชาสัมพันธ์ สำหรับคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ที่ควรมีคือ



### Brand Image and Communication Strategies

มีความรู้เรื่องแบรนด์ ภาพลักษณ์ สามารถในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ การกำหนดกลยุทธ์ การวางแผน การใช้เครื่องมือ การสื่อสารที่รอบด้าน

**Communication Skill** มีทักษะในการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการพูดหรือการเขียน การสื่อความในรูปแบบต่างๆ

**Presentation Skill** มีทักษะทางด้าน การนำเสนอ ทั้งการเป็นผู้นำเสนอ และผลิตสื่อในการนำเสนอ

**Issue Management** มีความเข้าใจในการบริหารจัดการประเด็น รูปแบบการนำเสนอ ประเด็น เนื้อหา ที่แตกต่างกันออกไป เพื่อเรียกความน่าสนใจ ดังนั้น ข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหา และรูปแบบที่มีประเด็นเดียวคม และเฉพาะเจาะจงเป็นพิเศษ ย่อมได้รับความสนใจ นั่นคือ เป็นข่าวเจาะไม่ใช้ข่าวแจกเหมือนอดีต

**Network and Relationship** มีเครือข่าย และมีมนุษยสัมพันธ์ และมีความเข้าใจในการจัดการพฤติกรรมมนุษย์ นักประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องพบปะผู้คน อีกทั้งต้องทำงานร่วมกับคนจำนวนมาก การมีสัมพันธภาพด้วยความเข้าใจจึงเป็นสิ่งสำคัญและเป็นข้อได้เปรียบ

**Learning and Creative** มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และสนใจเรียนรู้อยู่เสมอ งานด้านประชาสัมพันธ์มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเครื่องมือเทคโนโลยี นวัตกรรมต่างๆ นักประชาสัมพันธ์ต้องติดตามข้อมูลข่าวสาร เรียนรู้ และใช้ความคิดสร้างสรรค์อยู่ตลอดเวลา

**Crisis Management** มีความสามารถในการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินได้ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะวิกฤตที่มีโอกาสเกิดขึ้น ต้องเรียนรู้ ฝึกฝน จัดทำแผน หรือหาแนวทางการรับมือกับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นโดยไม่คาดฝันได้

แนวคิดของ PR Plus+ เป็นรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ที่เน้น และหวังผลให้เกิดขึ้นกับรูปแบบของการสื่อสารองค์กรในปัจจุบัน ที่ให้ความสำคัญกับการตอบโต้ และเข้าถึงเป้าหมายให้เกิดความสำเร็จในอันดับต้นๆ อาจกล่าวได้ว่าเป็นผลมาจากอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ และการใช้ชีวิตที่รวดเร็วและเร่งรีบ ทั้งของบุคคล และองค์กรรวมถึงความเชื่อมโยงทางการตลาดที่เราไม่อาจหลีกเลี่ยงได้

