

Book Review

พูดแบบนี้ไง ใครๆก็อยากฟัง

เยาวภาณี รอดเพ็ชร¹

Yaowapanee Rodpech



หนังสือเรื่อง พูดแบบนี้ไง ใคร ๆ ก็อยากฟัง

ชื่อเรื่องต้นฉบับ : Banana No Miryoku Wo 100 Moji De Tsutaetekudasai

เขียนโดย Takafumi Kakiuchi (ทาคาฟูมิ คาคุอิจิ)

แปลโดย ดนพ ลินุกูล

สำนักพิมพ์ O2 @dotbooksfan

244 หน้า ราคา 295 บาท

ISBN: 978-616-8329-35-1

¹ ผู้อำนวยการ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก

Director of the Library, Southeast Bangkok University. e-mail: yaowapanee@southeast.ac.th

ยุคนี้การพูดมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นกว่าที่ผ่านมา เพราะการพูดไม่เป็นเพียงการสื่อสารให้ผู้ฟังเข้าใจเท่านั้น แต่การพูดหมายถึงการใช้เทคนิคต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ฟังจดจำเราได้มากกว่าผู้อื่น ทั้งนี้เพราะปัจจุบันเป็นยุคที่ข้อมูลข่าวสารมีปริมาณมาก และเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การสื่อสารทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นการเรียน การสอน การค้าขายสินค้า นิยมทำผ่านโซเชียลมีเดีย ซึ่งเนื้อความคำพูดต้องสั้น และเป็นที่จดจำของผู้ฟัง การสื่อสารให้ผู้ฟังจดจำอย่างจับใจจึงไม่ใช่แค่พูดออกไปเท่านั้น แต่ต้องอาศัยเทคนิคเพื่อให้ทุกคำพูดทรงพลังที่สุด ผู้เขียนหนังสือเล่มนี้คือ ทาคาฟูมิ คาคิอุจิ ได้นำประสบการณ์การทำงานที่มีระยะเวลาหลายปี มาเขียนเป็นเทคนิคการสื่อสารที่ดูง่ายแต่เป็นพื้นฐานสำคัญที่จะจับใจคนฟัง เขาเปรียบเทียบการสื่อสารง่าย ๆ แบบนี้ว่าเหมือนปอกกล้วย ซึ่งหากนำไปปฏิบัติแล้วปรับใช้ในการทำงาน การติดต่อสื่อสาร การนำเสนอผลงาน หรือกระทั่งความสัมพันธ์ในครอบครัว ก็จะทำให้ทุกเรื่องราบรื่น

หนังสือเรื่อง “พูดแบบนี้ใคร ๆ ก็อยากฟัง” เป็นหนังสือแนวพัฒนาตนเองเน้นการพูดสร้างความสัมพันธ์ และการใส่ใจความรู้สึกของคนฟัง ไม่ได้เน้นให้พูดเก่งแบบพูดเยอะ แต่เน้นการพูดให้ตรงใจคนฟัง ให้คนฟังเข้าใจเนื้อหาที่พูดและอยากฟังการพูดนั้นจนจบ

บทนำของหนังสือมีถึง 24 หน้าซึ่งค่อนข้างยาวมากกว่าหนังสือทั่วไป ช่วงแรกเป็นช่วงของผู้เขียนคือ ทาคาฟูมิ คาคิอุจิ ทำความรู้จักกับผู้อ่าน เขาได้อธิบายตัวตนของเขาว่าตอนช่วงวัยเด็กเขาพูดไม่เก่งเลย เป็นคนขี้อายมาก ๆ และเล่าเหตุการณ์ที่เขาอายมาก ๆ ซึ่งผู้อ่านจะเห็นว่าเหตุการณ์ที่เขาเล่านั้น ไม่ใช่เหตุการณ์ที่น่าอายเลย การนำผู้อ่านให้รู้สึกแบบนี้หมายความว่าเขามีบทนำที่ชาญฉลาด ให้ผู้อ่านซึ่งกำลังสนใจอยากพูดได้เก่งแบบเขาได้รู้สึกว่าผู้อ่านกล้าหาญกว่าตัวผู้เขียนเสียอีก เป็นลักษณะทั่วไปที่ดีในการเจรจา คือ ถ่อมตัวและยกย่องผู้ที่เรากำลังเจรจาด้วยซึ่งส่งผลให้ผู้ที่เราเจรจาด้วยรู้สึกสบายใจ สนใจที่จะฟังสิ่งที่เรากำลังจะพูดต่อไป ช่วงแรกนี้ผู้เขียนคือ ทาคาฟูมิ คาคิอุจิ จึงดึงดูดความสนใจจากผู้อ่าน ให้รู้สึกสบายใจ และสนใจสิ่งที่เขากำลังนำเสนอในหนังสือนี้

ช่วงกลางของบทนำ ทาคาฟูมิ คาคิอุจิ บอกวิธีการในการฝึกพูดของเขา โดยจากที่ตัวตนของเขาขี้อายและพูดไม่เก่ง เมื่อไปทำงานครั้งแรกความเขินอายพูดไม่เก่งของเขา ทำให้ถูกรุ่นพี่ในที่ทำงานดูว่า “นิสัยส่วนตัวน่ามาใช้ในที่ทำงานไม่ได้นะ” ทำให้เขาเข้าใจทันทีว่านิสัยเขินอายพูดไม่เก่งต้องเก็บไว้ที่บ้าน ในที่ทำงานต้องเป็นอีกคนหนึ่งพร้อมสำหรับทำงาน เขาจึงใช้วิธีการสร้างตัวตนของเขาอีกคนหนึ่ง และหาบุคคลต้นแบบที่เขาสนใจว่าบุคคลนั้นพูดได้ดีตามความเห็นของเขา จากนั้นใช้ตัวตนที่สองนี้ฝึกพูดเลียนแบบให้เหมือนการพูดของบุคคลต้นแบบของเขา วิธีการสร้างตัวตนแบบสองร่างนี้ ผู้อ่านจะรู้สึกว่าเป็นการสร้างความมั่นใจให้ตัวเองว่าเราไม่ได้เสียตัวตนของเรา เรากลับมาเป็นตัวตนเดิมได้เสมอ การมีสองตัวตนทำให้สามารถพัฒนาตัวตนที่สร้างขึ้นเป็นร่างที่สองนี้ให้ทันยุคทันสมัยปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลา ส่วนกลางของบทนำนี้ ทาคาฟูมิ คาคิอุจิ สร้างความมั่นใจให้ผู้อ่านหนังสือเล่มนี้ ผู้อ่านจึงพร้อมที่จะอ่านหนังสือในส่วนต่อไป

ส่วนท้ายของบทนำ เป็นการที่ ทาคาฟูมิ คาคุจิ เขียนเล่าให้ผู้อ่านฟังถึงเหตุการณ์ที่ไม่ค่อยมีคนปฏิบัติแต่เมื่อปฏิบัติแล้วกลับประสบความสำเร็จ สร้างความประทับใจให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง ทำให้ส่งผลดีต่อกิจการในทุก ๆ ด้าน เขาได้เล่าถึงหลายเหตุการณ์ อาทิ

เรื่อง ร้านผักและผลไม้ได้บอกบางอย่างกับลูกค้าแบบที่ร้านอื่น ๆ มักไม่บอกกับลูกค้า ผู้เขียนเล่าว่าเจ้าของร้านผักและผลไม้ บอกลูกค้าเสมอว่า วันนี้มีผักและผลไม้ไต่บ้างที่ไม่แนะนำให้ลูกค้าซื้อ ซึ่งโดยมุมมองของเจ้าของร้านเป็นเพียงการรักษาลูกค้า เพราะหากลูกค้าซื้อสินค้าไม่ดีไปครั้งหน้าย่อมไม่กลับมาซื้ออีก ผู้เขียนได้วิเคราะห์ว่าในประโยคที่บอกลูกค้าไปนั้นประกอบด้วยเทคนิคการสื่อสารหลายเทคนิค ได้แก่ เทคนิคการเปรียบเทียบ หมายถึง เมื่อลูกค้าเกิดการเปรียบเทียบสินค้าไม่ดีที่ร้านบอก ลูกค้าจะประทับใจและเข้าใจความหมายรวมความว่าสิ่งอื่น ๆ ที่เหลือทุกอย่างในร้านย่อมเป็นสินค้าที่ดีจริง ๆ ทาคาฟูมิ คาคุจิ ให้เทคนิคว่า “การพูดส่วนน้อยจะทำให้ส่วนดีโดดเด่นขึ้นมา” กรณีนี้สินค้าที่ไม่แนะนำให้ซื้อคือส่วนน้อย สินค้าอื่นทั้งหมดในร้านคือส่วนดี และทาคาฟูมิ คาคุจิ ให้เทคนิคว่า “เปรียบเทียบแล้วจะทำให้เข้าใจมากขึ้น” กรณีนี้คือสินค้าที่ไม่แนะนำให้ลูกค้าซื้อถูกเปรียบเทียบกับสินค้าดี นอกจากนี้เขาแนะนำว่า “สื่อสารให้ถึง ไม่ใช่เพียงสื่อสารออกไป” เพราะการสื่อสารให้ถึงเป็นการยึดผู้ฟังเป็นศูนย์กลาง แต่ สื่อสารออกไปเป็นการยึดผู้พูดเป็นศูนย์กลาง กรณีร้านผักและผลไม้เจ้าของร้านได้สื่อสารให้ถึง เพราะเมื่อลูกค้าไต่สินค้าตามที่ร้านไม่แนะนำให้ซื้อสินค้า ลูกค้าจะซาบซึ้งว่าร้านค้าทำแบบนี้อย่างจริงใจ มีความบริสุทธิ์ใจต่อลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้สินค้าที่ดีแน่นอน ทุกอย่างที่ลูกค้าเข้าใจจากการสื่อสารนี้คือการทำให้ลูกค้าทุกประการ จึงเรียกว่า “สื่อสารให้ถึง” เป็นตัวอย่างของการ “สื่อสารให้ถึง” ด้วยคำพูด

อีกเรื่อง คือเรื่อง ร้านอาหารมีวิธีเปลี่ยนน้ำเปล่าให้ลูกค้ารู้สึกเป็นน้ำเปล่าแสนอร่อย ผู้เขียนใช้เรื่องนี้เป็นตัวอย่างของการ “สื่อสารให้ถึง” ด้วยการกระทำและอิริยาบถในการเสริฟน้ำเปล่า ซึ่งกระทำแบบมีอาชีพมีการโค้งคำนับ และกระทำท่าทางที่นุ่มนวล ตั้งใจ ให้ลูกค้าเห็นความใส่ใจ เพียงเท่านั้นก็เปลี่ยนใจให้ลูกค้ารู้สึกว่าน้ำเปล่าธรรมดาแสนอร่อย เป็นตัวอย่างของการ “สื่อสารให้ถึง” ด้วยท่าทางนั่นเอง

ในส่วนท้ายของบทนำนี้ผู้เขียนบอกว่า ตัวอย่างที่ผ่านมาเป็นโครงสร้างของการสื่อสารที่ซ่อนเทคนิคการสื่อสารไว้ เขาจะไม่สรุปว่าโครงสร้างดังกล่าวเป็นเทคนิคในการพูดแบบใด แต่ผู้อ่านจะเกิดความรู้สึกที่ว่า หากกิจการของเราใช้การพูดแบบนี้ตามเหตุการณ์ที่ ทาคาฟูมิ คาคุจิ เขียนเล่ามา ก็คงจะทำให้กิจการของเราดีงามแน่ ๆ ส่วนท้ายของบทนำชี้ให้เห็นข้อดีของการพูดที่ดึงดูดใจผู้ฟัง และสรุปประโยชน์ของการใช้เทคนิคการพูดไว้ 20 ประการ เช่น ทำให้ความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ดีขึ้น สนุกกับการทำงานมากขึ้น เป็นต้น แต่ไม่ได้บอกเทคนิคใด ๆ เลย ผู้เขียนได้สร้างความอยากรู้อยากเห็นให้ผู้อ่านได้คล้อยตามและพร้อมที่จะฟังเทคนิคการพูดที่ดึงดูดใจและพร้อมในการนำไปใช้ ตามที่ผู้เขียน คือ ทาคาฟูมิ คาคุจิ ได้นำเสนอไว้เป็นบทต่อ ๆ ไป อย่างเต็มใจ

หนังสือนี้แสดงส่วนของบทต่าง ๆ ที่ประกอบด้วย 5 บท คือ

บทที่ 1 ชื่อว่า คนเรียดตืนด้วยสารที่สื่อถึงไม่ใช่ความถูกต้อง

บทที่ 2 ชื่อว่า "การสื่อสารให้เข้าใจ" คืออาคาร 7 ชั้น

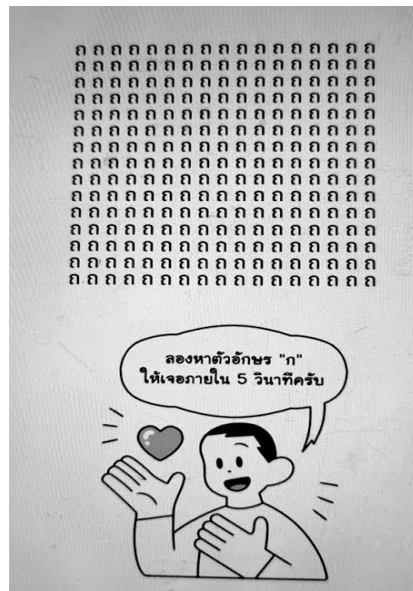
บทที่ 3 ชื่อว่า เทคนิคการพูด เทคนิคการสื่อสาร

บทที่ 4 ชื่อว่า 4 ข้อปฏิบัติของ "คนที่สื่อสารรู้เรื่อง"

บทที่ 5 ชื่อว่า วิธีรับมือกับ "คนที่สื่อสารด้วยยาก"

และ บทส่งท้าย กล้วยกับฉัน

บทที่ 1 “คนเรียดตืนด้วยสารที่สื่อถึงไม่ใช่ความถูกต้อง” บทนี้กล่าวถึง พื้นฐานของการสื่อสาร ว่าในยุคที่มีข้อมูลมากมาย ข้อมูลที่เราสื่อสารออกไปอาจไม่เป็นที่สนใจไม่ใช่เพราะข้อมูลเราไม่สำคัญ แต่เนื่องจากข้อมูลมีจำนวนมาก ผู้เขียนยกตัวอย่างเกมลับสมองที่เราพบเสมอ คือให้หาตัวอักษรตัวหนึ่ง จากภาพที่มีตัวอักษรอื่นจำนวนมาก



รูปที่ 1 เกมลับสมองที่ใชยกตัวอย่าง ว่าข้อมูล ก ถูกซ่อนอยู่ในกลุ่ม ก จึงหายาก

ที่มา หนังสือเรื่อง พูดแบบนี้ไง ใครๆก็อยากฟัง

ดังนั้นเทคนิคพื้นฐานอันแรกในการสื่อสารคือต้องทำให้เป็นที่สังเกตแตกต่างจากสิ่งทั่วไป ให้คนอื่น ๆ เห็น เพราะ 90% ของคนตัดสินใจจากสิ่งที่เห็นก่อน และไม่เห็นสิ่งที่ไม่ได้แสดงภาพออกมา เทคนิคพื้นฐานต่อไป คือความซ้ำของการสื่อสารยิ่งถี่หรือบ่อยก็จะเป็นที่จดจำ ตาม “ทฤษฎีของชายองส์” เพราะเพียงครั้งเดียวย่อมยากในการจดจำ หนังสือนี้นำเสนอดัชนีการหลงลืมของเอ็บบิงเฮาส์ว่าเพียงรับรู้ข้อมูลมาเมื่อเวลาผ่านไป 20 นาที เราจะลืมเนื้อหานั้นไป 42% ดังนั้นการสื่อสารต้องทำซ้ำ ๆ บ่อย ๆ เพื่อไม่ให้ถูกเรียกว่า “สื่อสารไม่พอ” ความหมายของการสื่อสารไม่พอมีความหมายแตกต่างจากการสื่อสารไม่เก่ง คือ การสื่อสารไม่พอหมายถึงปริมาณการสื่อสาร ส่วนการสื่อสารเก่งหมายถึงการสื่อสารอย่างมีคุณภาพ การสื่อสารเก่งไม่ใช่เล่าเรื่องเก่ง เล่าเรื่องเก่งคือเล่าเรื่องครบถ้วน

ตามลำดับเนื้อหา แต่สื่อสารเก่งคือสื่อสารแล้วเข้าใจง่าย ไม่สับสน ส่วนนี้เราอ่านแล้วจะนึกถึงการเรียน เช่น ครูสอนแก่นักเรียนจะจำบทเรียนนั้นได้

บทที่ 2 “การสื่อสารให้เข้าใจคืออาคาร 7 ชั้น” ตอนต้นของบทนี้ ผู้เขียนยกตัวอย่าง เรื่องกล้วยทำให้เขาวิเคราะห์ได้ว่าเมื่อเข้าใจโครงสร้างความอร่อยของกล้วย สิ่งรายละเอียดต่าง ๆ เช่น วิธีการเลือกซื้อ วิธีการเก็บกล้วย ก็จะตามมาให้รู้หรือให้ศึกษาต่อไป ผลจากการวิเคราะห์กล้วยของผู้เขียน คือ ทาคาฟูมิ คาคุจิ คงเป็นที่มาของหน้าปกหนังสือที่มีภาพกล้วยนั่นเอง ในบทที่ 2 นี้ กล่าวถึง การทำความเข้าใจในโครงสร้างสิ่งต่าง ๆ ให้ได้ก่อน จากนั้นภาพรวมและแก่นของสิ่งนั้นจะตามมา โครงสร้างการสื่อสาร ประกอบด้วย 7 ชั้นตามลำดับคือ การตั้งเป้าหมาย การยอมรับ(เปิดใจ) การนำอีกฝ่ายเป็นที่ตั้ง การทำให้เห็นภาพ ทักษะการฟัง ความสนทนสนม และ ความเชื่อใจ เมื่ออ่านแล้วจะเห็นว่า ชั้นของการนำอีกฝ่ายเป็นที่ตั้งดูเหมือนสำคัญที่สุด เพราะผู้พูดควรคำนึงถึงผู้ฟังว่าจะเข้าใจหรือไม่เป็นสิ่งสำคัญที่สุด เช่น ครูสอนนักเรียนก็ต้องนึกถึงว่าผู้เรียนยังไม่มีความรู้เรื่องนั้น ๆ ต้องสอนให้ครบถ้วนชัดเจน การคิดว่าเรื่องนี้ใคร ๆ ก็รู้ นักเรียนคงรู้แล้วทำให้ข้ามบางเรื่องไป เป็นสิ่งที่ครูไม่ควรปฏิบัติ นอกจากนี้ การนำอีกฝ่ายเป็นที่ตั้ง จะทำให้ผู้พูดและผู้ฟังมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันในอีก 6 ชั้นอื่นได้ง่าย เช่น การตั้งเป้าหมายร่วมกัน เปิดใจกัน เห็นภาพเดียวกันในการเจรจา เป็นต้น ผู้เขียนได้ยกตัวอย่าง การทำให้เห็นภาพ เป็นเรื่องของ มัณยามาโตะฮิโมะ เมื่อเจ้าของร้านที่ขายมัณยามาโตะฮิโมะ อธิบายวิธีกินมันนี้อย่างละเอียด มีการยกตัวอย่างเปรียบเทียบกับมันชนิดอื่น ลูกค้าจินตนาการตามจนเห็นภาพจากการอธิบายและตกลงซื้ออย่างง่ายดาย เทคนิคนี้เรียกว่า การทำให้เห็นภาพ เมื่ออ่านถึงบทที่ 2 ทำให้เราเข้าใจว่าหากจะสื่อสารสิ่งใดต้องสร้างโครงสร้างทั้ง 7 ชั้นให้ครบถ้วน จนถึงขั้นสุดท้ายคือความเชื่อใจ จึงจะเป็นการสื่อสารที่สมบูรณ์

บทที่ 3 “เทคนิคการพูด เทคนิคการสื่อสาร” บทนี้หนังสือต้องการอธิบายวิธีการสื่อสาร หนังสือได้รวบรวมเทคนิคการสื่อสารไว้ 16 เทคนิค ประกอบด้วย 1.กฎของเปรียบเทียบ 2. กฎการปูเรื่องและหักมุม 3. กฎของความสัมพันธ์ระหว่างข้อเท็จจริงและความรู้สึก 4. กฎของการปรับจนความคิด 5. กฎของการเปลี่ยนคำพูด 6. กฎของการยกตัวอย่าง 7. กฎของการตั้งชื่อ 8. กฎของการเว้นช่วง 9. กฎของตัวเลข 10. กฎของการเว้นวรรค 11. กฎของปัจจัยภายนอก 12. กฎของประโยชน์ต่ออีกฝ่าย 13. กฎของ 3 ดี 14. กฎของบริบท 15. กฎของข้อสรุป 16. เปลี่ยนสัญชาตญาณให้เป็นคำพูดแต่ละเทคนิคมีการยกตัวอย่างของหลายเหตุการณ์ เช่น กฎของเปรียบเทียบ ในหนังสือนี้มีตัวอย่างการใช้เทคนิคเปรียบเทียบ เช่นร้านอาหารเนื้อ มีเนื้อทุกชนิดให้เปรียบเทียบว่าลูกค้าชอบแบบใด มากกว่าแบบใด หรือกรณีให้บอกสิ่งไม่ดีแก่ลูกค้าก็เป็นเทคนิคเปรียบเทียบ เช่น บอกลูกค้าว่า ถึงอาหารนี้หน้าตาอาจดูไม่น่าสนใจแต่รสชาติอร่อยสุด ๆ ก็เป็นการเปรียบเทียบหน้าตา กับรสชาติอร่อย ทำให้รสชาติอร่อยดูเด่น จนลูกค้าเชื่อและอุดหนุนซื้ออาหารนั้น ซึ่งดีกว่าที่จะพูดเพียงว่า อาหารนี้อร่อยสุด ๆ

บทที่ 4 “4 ข้อปฏิบัติของคนสื่อสารรู้เรื่อง” บทนี้ผู้เขียนสื่อให้ผู้อ่านเข้าใจว่า ความพยายามสื่อสารให้อีกฝ่ายหนึ่งเข้าใจตามที่ผู้พูดต้องการ มีปัจจัยที่สำคัญคือ ความใจดีของผู้พูด เพราะหากผู้พูด

เป็นคนโมโหง่าย ไม่เจตนา จะเกิดอารมณ์โกรธและโมโห เมื่อผู้ฟังไม่เข้าใจ โดยอาการโกรธและโมโหสื่อถึงผู้ฟังง่าย จึงสร้างความไม่เข้าใจเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การสื่อสารระหว่างผู้พูดและผู้ฟังล้มเหลว ผู้เขียนแนะนำวิธีแก้ไข เมื่อเกิดอารมณ์โกรธและโมโห ไว้หลายวิธี เช่น เมื่อรู้สึกโกรธให้หายใจลึก ๆ เป็นเวลา 3 วินาที นอกจากนี้ยังเสนอวิธีการพูดให้ผู้ฟังรู้เรื่องคือพูดให้หมดทุกเรื่อง ไม่ให้คิดว่าเรื่องแบบนี้ใครก็รู้อยู่แล้ว จึงไม่พูดออกไป เพราะการที่ผู้พูดคิดแบบนี้จะสร้างความไม่เข้าใจแก่ผู้ฟัง อย่างไรก็ตาม บทนี้ไม่ได้สรุปให้เห็นข้อปฏิบัติ 4 ข้อ ตามที่ตั้งข้อบทยไว้

บทที่ 5 “วิธีรับมือกับคนที่สื่อสารด้วยยาก” บทนี้ผู้เขียนอธิบายลักษณะของคนที่สื่อสารด้วยยาก คือ 1. คนที่ปฏิเสธทันที 2. คนที่พูดอย่างไรก็ไม่เข้าใจ 3. คนที่ใส่ใจไปเสียทุกอย่าง 5. คนที่ไม่รู้จะชวนคุยต่ออย่างไรดี 6. คนที่เข้าไปคุยด้วยยาก เทคนิคที่ใช้เช่น ยอมรับคำพูดของเขาก่อนแล้วค่อยชี้แจง เช่นพูดว่า “ขอบคุณที่แนะนำครับ จริงอย่างที่คุณว่าเลยครับ” หรือใช้ทักษะสนทนาด้วยคำถาม และมีอีกหลากหลายวิธีที่หนังสือนี้แนะนำไว้ แต่ท้ายที่สุดคนที่สื่อสารด้วยยากทุกลักษณะที่กล่าวมานี้ หากทำให้ผู้พูดมีแนวโน้มในการล้มเลิกการเจรจา หนังสือนี้แนะนำวิธีเจรจากับคนที่สื่อสารด้วยยาก ก่อนที่จะล้มเลิกการเจรจา หลายวิธี แต่ประเด็นคล้ายกันคือ ให้ผู้พูดยึดเป้าหมายของการเจรจา ซึ่งน้ำหนักเวลาที่จะต้องเสียไปในการพยายามเจรจา และตัดอารมณ์โมโหที่มีขณะเจรจาออกไป จากนั้นจึงคอยตัดสินใจว่าจะล้มเลิกการเจรจาดีหรือไม่ เพื่อให้แน่ใจในการตัดสินใจของเราเองที่จะเจรจาต่อหรือล้มเลิกการเจรจານี้ บทนี้จัดว่าเป็นเรื่องสำหรับผู้พูดควรใส่ใจ เพราะผู้พูดมักจะโมโหแล้วเลิกล้มเลิกการเจรจาทันที ซึ่งอาจมาเสียต้ายภายหลังเมื่อย้อนคิดถึง คำแนะนำในบทนี้จึงควรแก่การปฏิบัติอย่างยิ่ง

บทสุดท้าย กล้วยกับฉันทน์ เป็นบทส่งท้ายของหนังสือ ผู้เขียนบอกว่านอกจากความอรร่ของกล้วยแล้ว ในวัยเด็กขณะที่เขากินกล้วยทุกครั้งสุนัขของเขาจะมาอยู่ใกล้ ๆ เพื่อขอให้เขาแบ่งกล้วยให้กินด้วย ช่วงเวลาที่ได้พักผ่อนและเล่นกับสุนัขขณะกินกล้วยจึงเป็นช่วงที่มีความสุขของเขาในวัยเด็ก ทำให้เขาใช้ภาพกล้วยเป็นปกหนังสือเล่มนี้

หนังสือเล่มนี้สร้างกำลังใจให้ผู้ที่ไม่เก่ง ว่าการพูดสามารถฝึกได้โดยใช้ตัวตอนที่สอง ที่เราสร้างขึ้นในแบบที่เราชอบ โดยเริ่มจากตัวตอนที่สองของเรา ตัดตัวตนจริงออกไป แล้วฝึกพูดจากโครงสร้างที่สำคัญในการพูด และให้ความสำคัญเสมอว่า การพูดคือการสื่อสาร และการสื่อสารหมายถึง เมื่อพูดไปแล้วอีกฝ่ายควรเข้าใจ ซึมซับเนื้อหา และยอมรับสารที่เราส่งไป การพูดไม่ได้หมายถึงเพียง “พูดในสิ่งที่เราต้องการจะพูด” การพูดที่ดีต้องยึดผู้ฟัง ทำความเข้าใจผู้ฟังเป็นสำคัญ รวมถึงต้องวิเคราะห์ลักษณะผู้ฟังเพื่อปรับการพูดของเราให้เข้ากับผู้ฟัง แล้วเพิ่มเทคนิคการปูเรื่อง และการหักมุมเสริมในการพูด นอกจากนี้การเพิ่มจำนวนครั้งในการสื่อสารด้วยการบอกซ้ำ ๆ ถือเป็นเรื่องสำคัญ หากนำแนวคิดจากหนังสือนี้ไปปรับใช้เพื่อปรับปรุงการพูดของเรา ทาคาฟูมิ คาคุจิ รับรองไว้ตอนท้ายว่า “คุณจะรู้สึกว่าการชีวิตราบรื่นขึ้นเพราะไม่ว่าจะพูดอะไร ใคร ๆ ก็อยากฟัง!”