

# 文藻外語大學公共關係室剪報表格

資料來源：商周.COM(1)

刊登版面：第\_\_版

日期：108年03月19日



## 不聽勸告進小品牌，把公司變台灣第一！ 一位執行總監的親身分享：選工作看公司名氣還是發展性？

【撰文者 于長君】思考職涯是一輩子的事 轉換跑道前，先了解工作是否符合自己對職涯的規劃

**Benetton/Sisley** 當時的總經理，是文藻外語大學畢業，有著相當出色的外語能力，常常擔任國外買貨的重責，也因為這樣，我有機會隨著去香港採購，學習 **Fashion Buyer**，也就是時尚商品採購的工作。

這份工作同樣也是表面上看起來有趣，過程卻是十分辛勞。大家一定很難想像，從早到晚都在 **show room** 試穿服裝，脫了又穿、穿了再脫……無止盡的循環，究竟是什麼樣的感覺？那就像是一場分秒必爭的戰爭，我們的任務就是要在最短的時間內，把貨都挑齊，所以整個流程，幾乎沒有用餐的時間，肚子餓的話，桌上的零食隨手一抓就塞進嘴裡，只要能解飢就好。

此外，這過程中，還要保持清晰的腦袋，要不停地思考、判斷，然後精準下單、計算數字金額，當時因為 **Benetton/Sisley** 在台灣的據點有幾十家，要採買的商品數量也非常龐大。那種忙碌緊湊又緊張的場面，其實有點像日本築地市場的魚貨拍賣，拍賣者不斷拿出商品，喊著尺寸及數量，商品採購就要隨即反應，快狠準地看貨、選貨、下單。唯一的差別就只是少了魚腥味而已。

而這還只是前端的商品採購工作，回台後的工作，還有商品尺寸分類配貨、商品專櫃人員教育訓練。以及年度後端工作，也就是盤點，這是必須要參與的年度重點工作，雖然那時我的工作歸屬於行銷企劃／設計類，但所有的工作我幾乎都參與了。

為了快速盤點，**Benetton/Sisley** 有好幾個貨架，每個人都被分派、負責不同的條數，工作內容就是要把一疊的貨品上架及下架，過程雖然很耗體力及瑣碎，我卻樂此不疲，覺得相當有趣，也因此了解後勤倉庫單位的運作方式。

接受挑戰吧！從企劃轉行銷，開啟完全不一樣的視野

設計主打簡約、時尚有質感的美國品牌 **NINE WEST**，1995 年進軍台灣時深受不少 **OL** 喜愛，因為不只好穿搭，價格也走在一般上班族可以接受的中等價位，所以在全盛時期，台北市像是東區之類的黃金地段，都可以看到 **NINE WEST** 的店面。

在 **NINE WEST** 工作，是我職涯裡一個最重要的學習與貢獻，因為在 **Benetton/Sisley** 時，我的工作主力仍是企劃與設計，在進入 **NINE WEST** 之後，才是真正接觸、學習行銷的開始，這也是我第 3 份在外商的工作。

就在 **Benetton/Sisley** 工作約莫 1 年的時間，正值 **NINE WEST** 剛進入台灣市場之際，之所以會從 **Benetton/Sisley** 轉換到 **NINE WEST**，同樣也是經由以前的同事引薦，也因此雖然我在 **GUESS/Replay**、**Benetton/Sisley** 的工作經歷都沒有很久，但都不是我自己主動離職，除了都是被挖角外，同樣地，我的老闆們也都很支持我要離開的決定。

和之前的情況一樣，知道有這麼一個職缺機會，我也同樣向當時的老闆諮詢他的看法，沒想到，他劈頭就叨唸了我是「豬頭」：「妳要換工作，怎麼會是選擇 **NINE WEST**？妳的下一份工作，應該選擇去精品 **Chanel**、**Prada**、**Gucci** 等等的國際大品牌，才會對職涯加分！」

聽到老闆這一席話，雖然被罵了「豬頭」，但是心中卻十分感謝老闆如此坦誠地給予我建議，不過我還是把自己的看法及考量分析給他聽：「若是我現在立刻跳到這一些國際精品品牌，我的成長可能會被限制，而在深入研究 **NINE WEST** 後，我發現能夠學習與發揮的範圍較廣，加上我看好它未來的發展性，雖然這個品牌才剛進台灣，但之後勢必會進行很多行銷活動，我希望藉由這一個難得的工作機會，可以好好接觸行銷、翻玩這個品牌。」

我是個喜歡接受挑戰的人，同時也很清楚自己的職涯規劃，了解什麼是自己希望在下一職涯所養成的能力與經歷。後來，進入 **NINE WEST** 後，果真一如我原先的期待，我們行銷部門所規劃的活動還獲得了廣告獎項的肯定，那個活動還一砲而紅，甚至上了陶晶瑩當時最熱門的電視節目，並與節目長期合作。

當時我在 **NINE WEST** 的主管 **Steve**，為 **NINE WEST** 規劃了很多行銷創意的活動，搭配業務部、商品部等團隊，讓 **NINE WEST** 從沒沒無名，到成功登上台灣女鞋銷售的第一名，同時也曾是台灣市場占有率最高的流行女鞋品牌，真的相當厲害。