

資料來源：工商時報

日期：111年06月04日



粼粼公關創辦人藍穎哲。圖／本人提供

## 碰撞創意不設限 藍穎哲用公關交心

(工商時報 彭禎伶) 從雇員到雇主，公關這份工作，是粼粼公關創辦人藍穎哲踏入職場的第一份，也是唯一做過的工作。入行七、八年，過去喜歡單打獨鬥的他，如今迎向新的職場人生，不變的卻是他一路走來堅持的：創意要碰撞才會比較精采，且碰撞的對象不是只有同事，也包含客戶，才能形成良性循環。

考所那年，藍穎哲給自己一個新的課題，決定先進入職場累積經驗，雖然不是本科系出身，但對公關業有興趣的他，一腳踏入了這個行業。「我剛進公司兩三天就想離職了，壓力實在太大了！」回想當年菜鳥時期，藍穎哲笑說就是「邊做、邊被罵、邊學」，身處工作步調快速的公關業，不管是做新聞監測、提案報告，對新人的藍穎哲而言，絲毫沒有喘息空間。

不過這卻沒有澆熄他對公關的熱情，隨著時間過去，開始慢慢摸熟工作流程、了解負責的產業，工作幾年後，他曾問過自己：「真的要繼續做？」然後想到完成專案，或客戶要求而獲得的成就感，「這答案是肯定的」。

「記得還是小 AE (公關客戶專員) 的時候，有次碰到停電，客戶剛好又緊急需要一份報告，我還是靠著筆電剩餘的電力，想盡辦法把資料整理給對方，幾天後收到客戶來信，雖然只是簡單一句感謝，但就覺得有被肯定！」憶起這件往事，藍穎哲慶幸自己沒有因為停電就暫停份內工作，即便當時只是公司的一顆小螺絲，但「就算事情再小，只要努力還是會被看見的！」

一年多前，藍穎哲創立「粼粼公關顧問有限公司」，從員工變成老闆，好奇問他經歷這樣的身分轉換，和客戶的相處有無改變？他幾乎是秒答地回應：「完全沒差耶！我的態度都一樣，就是『客戶不僅是客戶，也是朋友』。」

### 真誠交流 經營關係之道

秉持這個原則，與其戰戰兢兢地跟客戶相處，藍穎哲更在意要真誠地與對方交流，「拿出真實的自己，彼此的關係才會變好。」當碰到客戶詢問好壞意見，藍穎哲從不客套，該直言就直言，若是自己的案子卡關，也會主動跟客戶反應，甚至拉客戶一起討論，因為他相信：「創意要碰撞才會比較精采，但碰撞的對象不應該只有同事，如果能從客戶那裡得到幫助，並不是件壞事。」

這樣的關係經營，同樣套用在與同事的相處上。身為老闆，藍穎哲想打造的是舒服的工作環境，他不以上對下的位階和同事討論公事，而是認為團隊成員都是平行的，透過聊天方式彼此交流，「我不太會很嚴厲地指責同事，我覺得是大家互相協助才能一起成就一件事情。」

### 自己變客戶 未來新嘗試

入行多年，藍穎哲已不是那個被壓力追著跑、沒有時間喘息的菜鳥了，他能更有餘裕地思考公司未來的方向，甚至主動出擊，「我常在想如何在公關業存活下來，那何不『來玩點不一樣的？』，又或者『自己當自己的客戶如何？』」這是他給自己的新嘗試，也是給未來藍圖的一個答案。

### 面對不熟悉 選擇直球對決

對公關新鮮人來說，最怕面對不熟悉的產業，藍穎哲笑說，入行時負責民生用品與消費性產業的他，某次接手從事安全認證的客戶，陌生的領域加上客戶是 B2B 的行銷，也曾讓他頭痛萬分，然硬頸精神讓他選擇直球對決。

但有一點是確定的，藍穎哲始終沒有過放棄念頭，咬著牙研讀產業資料，也結合過去在民生產業的經驗，向客戶提案開拓新路線，一改過去生硬科普的內容，邀請 KOL 來當駐站小編，嘗試用不同方式來接近一般消費者。

當年還沒有太多品牌的粉絲專頁與 KOL 合作，藍穎哲說，公關本來就是要不斷思考怎麼把訊息傳達出去，所以邀請 3C 類的 KOL 參觀實驗室，讓他們更了解安全認證是怎麼一回事，再由他們撰寫貼文，進而推廣安全生活。

藍穎哲堅信，除了要了解產業特性，客戶的性質、資訊的性質甚至是受眾的性質都要深入了解，才能知道怎麼樣的公關操作，能夠做最有效的傳遞。

座右銘：相信選擇、接受結果、持續往前

### 小檔案

現職：粼粼公關負責人、姆姆 mumu 共同創辦人

經歷：凱旋公關、饗賓餐旅事業股份有限公司、知路公關

興趣：音樂

學歷：文藻外語學院國際事務學系