

行銷你的未來

酷學習

文／陳依萱整理

商業管理學習研究社日前於L417舉辦「行銷你的未來」講座，特請本校校友亨嘉企業董事長董煥新等，剖析行銷業務內部運作狀態與行銷祕訣。特摘錄其內容，以饗讀者。

所謂「業務」，只要最終達到成交，或有交換行為都叫做業務。如：總統的業務工作為兜售政見，換取選票；醫生的業務工作為銷售醫術，換取報酬；牧師的業務工作為銷售思想，換取信仰等，簡言之，業務工作便是「以物易物」。

大學生出社會後，所面臨的首要問題便是找工作。應徵時，想辦法推銷自己，告訴公司你有多少能耐，這就是業務。現代失業率攀高，很多人誤以為職缺少，其實不然。據104人力銀行統計，在所有職缺行列裡，有61.4%偏業務性質，其中大部分不要求經驗。沒有一家公司能捨棄業務行為，因為光有產品而沒人推銷，收入不會憑空而來，而業務的工作便是幫公司招攬市場。綜合以上，業務這個行業具有兩個特質：1. 為社會上最多的工作職缺。2. 是幫公司賺錢不可或缺的職務。

業務工作能迅速幫你累積經驗，並具有「努力與業績、收入成正比」的特質。從事業務必須具備企圖心、百折不撓的精神、面對挫折的抗壓性等，很多社會新鮮人只問企業能提供甚麼福利，而不先思考自己有多少產值，這是一種錯誤的態度。從事業務之前，必須問自己兩個問題；一、為什麼從事業務？二、你要從事甚麼樣的業務？從事業務無科系限制，但在於有無健全心態及肯不肯付出。

業務行業有非常多分支，如：金融業務、保險業務、食品公司業務等。業務分工有業務主管、業務專員、業務助理三種不同的工作內涵。其中業務主管必須滿足客戶需求，具市場敏感度，提供最適當的產品來固守市場，並適時開發市場，在舊有領域內增加新客戶，並將既有產品切入新區域，以獲取更高的營業額。另外，「判斷」很重要，從前有個製鞋業主管叫2位手下去非洲探勘市場，其中一位悲觀的說：「非洲人都打赤腳，不穿鞋，市場非常狹小。」另一位則樂觀的說：「非洲現在沒人賣鞋，整

座市場都是我們的天下。」兩個相異的價值觀典型，主管必須知所取捨。

其次是業務專員，他們是站在第一線與客戶接觸的行銷人員，必須擔負溝通、引導商品進入市場的責任。通常將新產品導入新市場的風險高，業務專員便會先將新產品導入舊市場，等新產品變成舊產品之後，再導入新市場，以降低風險。最後是業務助理，主要工作是協助業務專員，擔任接貨、發單出貨、請款、定期拜訪客戶、協助製作報表、紀錄、解決客戶難題等角色，作售後之服務，也是業務專員的前身。

只要公司提出完整的訓練，每人皆可成為業務，無關大學科系。工作不是取決於自己有沒有興趣，而是「自己要不要對他有興趣。」許多人因為對事物不了解而感到陌生，因害怕而不去挖掘，因此錯過機會。想好自己要什麼，針對公司性質與規畫去選擇、了解，將風險降到最低。此外，別太早為自己劃出界限，保持開放的胸襟及好態度，淡江這塊招牌不會輸給國立大學。

2010/09/27