

Yahoo奇摩行銷暨公共關係部副總經理歐玫瑛 公關先驅 實踐CSR一把罩

專訪

【記者盧一鸞專訪】「凡走過，必留下痕跡。」是本校大眾傳播學系校友歐玫瑛在人生道路上前進所秉持的信念。現任Yahoo奇摩臺灣分公司行銷暨公共關係部副總經理的她，在公關行銷領域工作逾27年，先後任職於精英公關集團、奧美公關集團及先勢集團。自2007年加入Yahoo奇摩，成功帶領公關團隊執行包括全球總裁、技術長與創辦人來臺的媒體宣傳，以及首度舉辦Yahoo亞太區創意日等活動，鞏固Yahoo在臺的品牌地位。她負責主導的Yahoo「兒童網安計劃」公益活動，更曾榮獲公共關係基金會企業公益活動首獎及《遠見雜誌》第七屆CSR教育推廣類楷模獎。

大學激發想法 自信走向成功

職場上成就耀眼的歐玫瑛，卻自認大學讀書期間表現「平凡無奇！」相較於同儕在課堂上踴躍發言和積極表達想法，她顯得不太起眼。「在南部念中學時，我也曾擔任過班級幹部，但一到了淡江大傳，身邊同學都很優秀、也有自己的想法，頓時覺得沒什麼自信。」所幸當時修習一門「新聞英文」課程，讓歐玫瑛至今印象深刻，趙雅麗教授在課業上要求嚴格，「但對待學生如同自己的孩子般關注及愛護，在她的正向鼓勵與引導下，讓我原本不擅長的科目透過練習也能取得好成績，更培養出寶貴的自信心。」

畢業後選擇投入公關行銷領域，歐玫瑛笑說，「當時是採用刪除法，先列出所有和大眾傳播相關的行業，後來覺得自己溝通能力不錯，也具備寫作才能，就嘗試了當時臺灣新興的公關行銷，結果還真是誤打誤撞、走對了路。」她直言，「自己很幸運，一路走來，除了發現自己越來越適合這行外，每天接收瞬息萬變的訊息，每天也都有全新的挑戰，對於熱愛冒險與新鮮事務的我，樂在其中。」

熱愛公關工作 全心全意投入

當年的職場新鮮人歐玫瑛應徵進入精英公關，從助理做起，開始只是在會議中默默記錄、從不發言，「但有一次客戶意外請我提供建議，雖然心中很緊張，還是勇敢地說出了內心想法，給主管留下了好印象。」此後，歐玫瑛更加把握每次學習機會，一步一腳印地培養出獨當一面的能力，在7年之中，努力學習基本功，參與企劃執行及上臺簡報，累積了專業知識和經驗，也為後來職務的升遷及轉換奠下扎實的基礎。她欣慰地說，「做過的事、走過的路都會留下痕跡，付出的努力不會白費，第一份工作是自己主動爭取，但後來的工作機會都不是人找事，而是事找人。」

爾後，歐玫瑛經歷數次工作轉換，對於人事流動率高的公關行銷業，「其實我每份職務的任期都算長。」她認為公關是讓受眾與企業產生連結，但前提是公關要先熱愛自己的工作，「熱愛工作真的很重要，如同熱愛企業文化，才能百分之百發揮工作效能。我對於職務的轉換更是非常慎重，一旦決定了就會勇往直前，全心全意地投入。」

創意行銷制勝 危機處理真本事

歐玫瑛之後轉戰Yahoo，負責塑造品牌形象、落實企業社會責任、推廣公關行銷活動及內部溝通。她更於2014年底發動「好時光行動配件」網路行銷活動，以「生命，就該浪費在你的手機上」為溝通概念，藉由展示20款行動概念配件商品，搭配7支影片，上線後引發網友討論和媒體報導，9日即吸引近50萬瀏覽量。

她說明，「Yahoo建置行動端的起步較晚，使用者在短期間操作載具的習慣難有改變，所以策劃多項活動融入Yahoo的行動服務，例如製造10大創意話題商品，同時在Yahoo奇摩超級商城App搶攻購物節商機等。」

低頭滑手機原本為人詬病，歐玫瑛卻以此做為創意的發想，除了成功帶動使用者的認知提升10%、每月和每日活躍用戶皆有顯著成長，還獲得臺灣「4A創意獎」及中國大陸「4A金印獎」共計16項數位創意行銷類大獎的肯定，為Yahoo在行動端的事業注入新活力。

歐玫瑛分享事業成就與榮耀的過程中，顯得相當謙虛，表示這要歸功於工作團隊的努力，她同時思考公關的價值不應侷限在推動正向活動，當企業遇上負面事件，危機處理能力更顯得重要。

歐玫瑛直言2012年，Yahoo高層決定忍痛關閉韓國所有業務，當時負責北亞區公關業務的她，與韓國同事一起處理後續事宜，雖然明知將要結束業務，仍不敢懈怠，盡可能做到完美地收尾，「搭順風車容易，但逆風而行、面對危機時，才更能彰顯公關的力量。」

經營個人天賦 砥礪後輩

人生叩關五十，歐玫瑛在公關行銷界表現屢獲肯定，與她能清楚認知自身優勢，密不可分。「大家都會在意自己的缺點，有意識地去彌補。」她卻鼓勵學弟妹主動發掘優點，揚長避短。歐玫瑛稱自己便是個好例子，因溝通和寫作天賦踏入公關行業，憑著

努力經營進而大放異彩。她說，「上天賜予的天賦就該好好運用，跟隨自己的內心來選擇方向，對自己有完整的認識也會讓人少走彎路，離成功也就更近一步。」

2016/01/10



Yahoo奇摩行銷暨公共關係部副總經理歐玫瑰。(攝影/盧一鸞)