

電商心態度

新創 先進

SHOPLINE 的職場心法



受訪者 | 陳品瑜、許嘉蘭、李子朗、張敏芝、王玉如
採訪 | 鍾曜安、黃筱瑀、詹承翰
撰寫 | 鍾曜安、黃筱瑀、詹承翰



▲ SHOPLINE COO Fiona 劉煦怡 (左)、
CEO Tony 黃浩昌 (右)

你可能沒注意到，從「黃阿瑪的後宮生活」到「Studio A」，那些圍繞在生活中的特色品牌，背後都有 SHOPLINE 為商品行銷大力撐腰。SHOPLINE 是亞洲最普及的網路開店平台，他們積極挖掘電子商務的可能性，成為品牌發展的強力後盾。

鋪著溫馨沉穩的全地毯，SHOPLINE 的辦公室有著新創公司質感大方的格局。接待我們的，是負責人力招募的王蔚豪與行銷團隊的紀幸汝，帶著親切的微笑，在木質會議桌擺上兩罐玻璃水壺。我們有如受鄰家朋友招待般的進行今日的訪談，也體會到 SHOPLINE 充滿人性溫度的公司氛圍。





▲陳品瑜(中)、王玉如(右二)與 Career 採訪團隊合照

「正向溝通」職場力再升級

SHOPLINE 的客戶規劃團隊 (Customer Success)，是店家成功的關鍵助手。商務合作經理陳品瑜與我們分享，「也許你因為有足夠的經驗，可以很快上手或瞭解問題，但對方並不一定」，在面對店家的各種疑難雜症時，需要具備足夠的耐心，並輔以適當的溝通技巧，才能夠抽絲剝繭，了解店家真正的需求——這也讓「正向溝通」成為 SHOPLINE 的核心理念之一。

除了與客戶的良性溝通，SHOPLINE 也需要與跨國夥伴進行有效率的溝通、協作，在彼此交流的過程中，文化差異成為一項課題。陳品瑜分享，台灣人在表達的時候相對靦腆、不直接，當遇上習慣直接表達的人時，溝通的過程就會因此費時，不過只要正面向對，並保持耐心、持續學習，就容易找出權衡點。這類型的工作，除了要喜歡與人接觸，更要懂得聰明應對。

在 SHOPLINE 中，產品經理與開發團隊需要頻繁地交流，資深產品經理許嘉蘭分享，從產品前期規劃的階段，就會邀請工程師參與討論，並針對客戶的回饋，讓工程部門去想像產品實際操作情況，進而開發出更人性化的使用體驗。技術總監李子朗也指出，對於一個工程師來說，了解到使用者的需求很重要，「不是像機器般吸收指令，要用活的方式去思考，怎麼樣會做得比較好」。他表示團隊習慣在下午四五點來個午茶會議，在輕鬆的氛圍下，讓工程師彼此提出工作上面臨的問題，並討論出更好的解決方法。除了在專業領域上的投入，還要懂得與團隊的各個部門溝通，例如透過前端與後端工程師之間的互相搭配、交流，才能使產品更加完善。



企業間不同的發展模式，會使得職場生態有所差別，部分具規模的大型產業，產品開發前置作業較長，投入成本高，以致於計劃較不易於短期內更動；相較之下，在 SHOPLINE 這種以客戶服務為導向，並處於快速開發階段的新創公司，產品開發的模式屬於敏捷式開發，發展的模式較彈性，也較有機會採納自發性提出的意見。因此各部門及團隊的工程師們，都能更親近產品本身、融入並認同公司文化，再從客戶的反饋中，找到工作的價值與滿足感。

■ 積極主動 X 快速試錯 X 正向面對

面試無數新鮮人的人資經理王玉如與我們分享，個人的價值觀能否與公司文化相符非常重要。SHOPLINE 相信專業技能可以被培養，但價值觀與人格特質是否和公司文化契合，難以在短時間內改變。因此，相較於能力，「態度」與「價值觀」是 SHOPLINE 更加看重的。

「不要只做老闆交代的事」，王玉如觀察到很多剛踏入職場的新鮮人，在工作態度上往往比較害羞、不太敢勇於爭取機會。多加留意自己能做什麼並積極學習，不要被工作職位的框架侷限，是新鮮人都應該要有的態度。她也建議正在實習中的同學不妨把自己當成一位正職員工，用積極主動的態度迎接每天的挑戰，讓自己能從實習過程中學到更多。

電商產業的步調快速，伴隨新的營運策略及消費模式，公司往往需要進行即時、短時間的產品開發，在快速試錯的工作模式下，強大的挫折容忍力是必備的心理特質。「不要害怕犯錯」，王玉如提到有些人過於追求細節完美，害怕犯錯而持續延宕出產時間，造成專案很難有好的突破，「其實沒有人會罵你」，只是團隊需要快速發展出雛形後，才能進一步討論並調整方向，錯誤也才能盡快被挑出與修正。





■ 開放心態 迎接理想工作

在校學生如果對所學缺乏興趣，對未來感到徬徨該怎麼辦？王玉如建議同學保持開放的心態，不要因為科系侷限了自己未來職業發展的無限可能。在一開始還沒有明確方向前，給自己 3~5 年的時間，多方體驗自己感興趣的職務，探索理想工作。不過她也提醒，在跨入非自身專業領域的工作前，應充分認識該職位的具體工作內容以及公司的文化，「做足功課，而不是覺得公司應該給你機會」，面談時透過對公司的認知展現對工作的興趣度，在人資眼裡才是適當的求職態度。

■ 接軌產業 你可以這樣做

產業的變化是快速、充滿變數的，然而學術中討論的理論和個案有限，且往往無法即時更新。資深區域行銷經理張敏芝提到，近年來，行銷領域的知識和概念快速地進化，網路行銷尤其明顯，因此除了將學習所獲的思考能力和邏輯應用於職場，為了跟上產業的發展節奏，「保持學習力」，持續學習新知，也是非常重要的一項課題。

張敏芝擁有國企專業背景，她表示學校所學的知識與實際職場中的應用確實有落差，學術上的理論模型亦無法百分之百套用在產業的實務中。她認為學習理論最主要是訓練「思維」，在面對個案時知道該如何思考及判斷；而實際個案的應對，則需要靠「經驗」的累積。

若要在學生時期累積經驗，有哪些具體的方式呢？張敏芝建議同學可以透過參與建教合作、企業培訓計畫、企業實習等，提早學習在職場中該如何和他人互動，使自己未來正式出社會時，擁有跨領域溝通及合作的能力。除此之外，大學裡有許多豐富的社團活動，大學生可以把握身邊的資源，趁學生時代時間較自由時多多參與，從同儕互動、溝通、合作的經驗，增加自身初遇新人、事、環境的適應力。