

「2018 年海外暑期實習活動」心得

姓名:陳眉君 系級:國際經營與貿易學系 碩一

實習單位：PChome Thai

一、實習單位及實習職務內容介紹

我們這次實習的企業為位居曼谷市中心的 PChome Thai，為 2014 年底 PChome 與泰國第一大消費性電子產品出口商泰金寶合資成立之子公司，以此為前進東南亞的前哨站。初期營運模式複製台灣 PChome 相當成功的露天拍賣(C2C)型式，希望透過 C2C 地低進入門檻快速累積平台用戶數；近年來則逐漸轉型為跨境電商 B2C 商業模式，更在今年 8 月與台灣政府首度推動的跨境電商計畫合作，於平台開設台灣好物館專區，協助台灣中小企業到泰國做生意。而我們此趟來 PChome Thai 行銷部實習，主要負責三項任務—Inbound Marketing, Outbound Marketing 及進口關稅研究，了解跨境電商的不同環節。

首先第一個 InboundMarketing 是有關「台灣進口到泰國」之行銷規劃，這也是貫穿這兩個月實習的最主要任務。配合政府新南向政策，台北市產業發展局與 PChome Thai 合作在 8 月底時，在平台網站上推出「台灣好物館」專區，協助台灣廠商到泰國做生意。為了提高 PChome Thai 在泰國知名度、讓更多當地消費者認識這個活動，甚至想到購買台灣優質產品「就是要上 PChomeThai」的印象，行銷部最重要責任就是做在地化宣傳。我們集思廣益下為這次活動找到響亮的主題名稱，並在觀察泰國民眾行為仍深受 youtube,fb 等社群意見領袖影響下，決定與當地知名網紅合作拍攝宣傳影片，主管負責與網紅的接洽聯繫及其他廣告投放作業，我們實習生則是腦力激盪，發想能夠傳達活動核心理念、有吸引力的影片。而這次合作的雙人網紅團體定，其位與活動非常符合，一位泰籍女性另一位台籍男性，兩人是非要好朋友，正好作為這次台灣泰國貿易的最佳詮釋。

第二項任務則是反過來的 Outbound Marketing，負責「泰國出口到台灣」的行銷研究。藉由我們幾個來自台灣，對台灣市場及消費行為較熟悉的觀點，調查泰國哪些產品是吸引台灣人的潛力商品。而我們主要的研究管道是網路部落格文，這也來自我們最親身的體驗，當我們幾個在泰國各地旅遊時，每當想查找景點、美食或必買推薦時，最依賴的管道就是上網搜尋部落格推薦，可以說我們行購買程路線幾乎是按照這些文章按圖索驥完成。對於一個不了解某地吃法玩法的消費者來說，上網搜尋的確是個最方便的管道。因此我們套用消費者搜尋的同個邏輯，去調查這次的泰國潛力產品：首先蒐集「泰國 必買 推薦」等關鍵字輸入後的各大部落客推薦泰國必買清單；第二步則進一步整理輸入「各產品名 推薦」後，多少篇具參考價值的部落格分享文(量化數字)、其推薦的理由(質性內容)，以及文章瀏覽人氣以作為判斷是否為潛力產品的指標。最後很重要的是研究通路管道，這個產品在台灣是否容易取得、稀缺性怎麼樣，是否能在 pchome 上購買得到。經歷一連串蒐集篩檢流程，我們最終推薦了 7 大類將近 60 個品牌的產品。

而第三項進口關稅任務，則是延續前一項報告，研究如果泰國產品真的銷往台灣，哪些是會受到進口管制以及相關課稅規定。我們主要從海關調出資料，刪減不必要資訊後，整理記錄到雲端 excel 表單，供未來進口台灣時初步篩選的依據。

二、實習心得約 1 張 A4，另附照片 2-4 張

這次來泰國實習兩個月，除了工作這個首要目的，也扎扎實實的體驗了兩個月的泰國在地生活，獲得許多感觸，因此心得也將分成工作面及生活面兩部分撰寫。

工作面試

● 學以致用

我覺得這趟實習最開心的收穫就是「將課堂所學成功應用到職場中」。身為行銷組的我們，上學期都修過一堂《策略行銷分析-4C 理論》課程，那是一套幫助解決各種行銷問題的思考架構。儘管當時已花了一整學期課程、及無數篇個案練習，對架構可說了然於心，卻總一直質疑「理論畢竟是理論，真的在職場上也能成功套用嗎？」而就在這次實習，我找到了解答。

我們在八月底公司預計上線的「台灣好物館」活動中，負責前期行銷策略及宣傳影片的規劃，正是這段過程不斷驗證所學。4C 架構其中一個要點就是，廣告不該只是天馬行空的創意，而應該有 4C 理論的邏輯支撐，才能清楚傳達產品/品牌核心理念，讓觀眾看完後不會清楚記得你的特點。因此我們在發想影片時不斷遵循這這個架構，並隨時檢視想法是否符合邏輯及傳達核心理念。因為這套架構，我們原先發散雜亂的想法得以很快得理出頭緒，產出結論也更加有說服力。我們最終一共提出五個影片呈現方案讓主管非常讚賞，其中解釋到思考的 4C 邏輯，使他們非常驚訝這段縝密的過程。

● 平台思維

我覺得實習另一大收穫就是了解職場生態及主管思考方式。還記得某次向蔡營運長報告有關「跨境電商平台對賣家服務比較」的分析時，他忽然問：「你們是不是都來自行銷組啊？」緊接著說到「因為行銷的人往往都以買家角度出發，例如怎麼滿足消費者需求、怎樣優化購買體驗.....等等」，但他說以身為電商平台業者角度，他其實思考得都是如何提供賣家更好服務，例如賣東西到國外的物流問題、語言問題、貨款怎麼收等等，那一刻我才深刻理解原來不同位置及背景的人思考方式如此不一樣。

這也讓我想起上學期修過一門課《平台創新》，認識到平台是顛覆傳統企業的上下游關係的新型企業模式，買賣雙方都是平台的客戶、應該服務的對象。然而當時課堂中對於「平台成長，究竟是先顧賣家還是買家的這個雞生蛋蛋生雞議題始終沒有結論」，而我想這問題沒有絕對答案，就只是每個決策者重視地方不同，如同 PChome 主要是站在賣家角度思考一樣。

● 職場簡報學習

這次實習有多次向主管直接簡報的機會，深刻體驗職場與課堂報告的不同。學校簡報較像是單方面分享，把準備的內容流暢講完後頂多最後有 QA 機會。但職場上的報告更像是雙向互動交流，簡報途中是可以隨時停下來討論、甚至挑戰對方觀點。

印象深刻我們在向營運長簡報「跨境電商平台（阿里巴巴、亞馬遜、eBay）對台灣賣家之服務比較」時，他一針見血指出我們的分析表格立場定位不明，一下子站在買家角度思考、一下子又跳回賣家角度比較，會讓聽者產生混淆，這的確是我們做結論時沒有注意到的細節；又比如在講解個別平台對賣家的金、物、資訊流服務時，他也是不斷挖掘、確認細節，隨時思考 PChome 如果打這些平台，有何優劣勢。這個過程很有趣，因為談到很深入，我們得以深入了解平台商業模式如何運作，物流，甚至對三大平台特性深刻了解，知道哪種賣家適合上哪種平台以及各平台市場在哪。

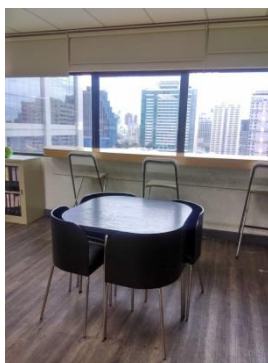
● 實務參展經驗

這次實習還有一個很特別的經歷，就是協助公司參展。配合政府推出的新南向政策，經貿協會於 8/31-9/1 這三天在 BITEC 曼谷國際貿易展覽中心舉辦「台灣好物館」展覽，而身為台灣本土第一個落地東南亞的電商平台，PChome Thai 在計畫中透過平台協助台灣企業到泰國做生意。我覺得這個經驗很難得是因為，前期我們主要是在幕後發想這

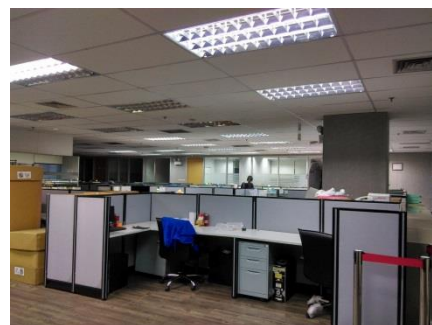
次活動的行銷推廣方案，終於能在展場上實際接觸買賣家、聽到泰國或是台灣人的想法，彷彿讓整個行銷任務活了起來、也透過一來一往的客戶詢問及答案確認，我更完整地了解我們的活動，並學習很多展場的知識。



↑ 台灣好物館參展介紹畫面



↑ 辦公室內我們四個實習生最常聚集腦力激盪的小圓桌



↑ 辦公室室內畫面

生活面

● 危機處理能力

整體而言，泰國兩個月旅程還算相當順利愉快，但途中我們還是有經歷一些意外的插曲，考驗大家危機處理的能力。印象最深刻的一次莫過於事先預訂的大城一日遊行程到當天被丟包。那天本該在清晨 6：20 到住處接送的包車遲遲未出現，我們準備打電話詢問旅行社時，又赫然發現手機電話額度已用完，深刻體會屋漏偏逢連夜雨的窘境。而一大清早的，路上一片死寂根本無人能求救，最後是眼尖發現隔壁飯店的保全人員才獲得救援。我們拿出收據以及比手劃腳，終於讓聽不懂英文的他了解我們意思，借用他的手機聯繫上旅行社，雖然最後解決方式不近完美—旅行社請我們搭計程車前往店面(他們支付車資)，再安排我們搭上別車，這前後足足浪費了近一個半小時時間，但我們還是有成功玩到一日遊行程。這次驚險的被丟包經驗，除了體會泰國人的友善—好心借手機相救的保全，更大體會則是遇到問題千萬不要慌張，路是長在嘴巴上，冷靜處理任何事情都能獲得解決。也教會我們一個教訓，以後行前幾天還是要機警一點，主動打電話再去確認一番。

● 語言溝通能力

在泰國因為語言不通關係，我們最主要的溝通方式還是英文。而練習英語最多的時候就是平時到在公司的上班時間，帶我們的行銷主管是泰國人，與她開的簡報會議都是英語型式，給了我們很多開口說英文的機會。雖然每回準備簡報都因為先從中文架構再翻成英語表達，過程比平時多花兩倍時間，還是覺得很有收穫，且一次次報告下來明顯看見自己進步，從一開始一個概念會鬼打牆講不清楚，到後來學習精簡表達重點，也掌握美式簡報的精華重點擺前頭之習慣。

● 勇敢表達意見

在行銷部工作，我們很常需要集體討論，激盪更多火花後再表決結果。而過往我發言的習慣總是喜歡先在心裡都想完整了才敢提出，在這邊或許又因為非母語表達的緣故，更是在每回發表前小心翼翼地確認英語文法或邏輯是否正確，導致提出意見時間更加緩慢。然而隨著幾次下來因為自己慢慢琢磨而錯失分享機會，漸漸體悟職場步調緊湊

不等人，尤其在行銷部這個急需各方想法刺激、彼此溝通交流才有好創意的團隊，更是應該有一點點的想法時就立刻提出，更何況有真實的經歷是當我完全想清楚才提意見時，有時發現一開始方向就錯了，反而白費自己在內心思考那麼久，如果一開始就勇敢即時的發表也能立刻修正思考方向。

● 文化體驗及寬容接納的心

很小時候來過泰國旅遊，對這裡印象不外乎是飲食口味重鹹甜、四處招攬生意的嘟嘟車，以及普羅大眾最愛的披巾穿搭。此行來泰國，這些依然是可以見到的日常景象，但讓我最大改觀就是泰國一點也不落後，或許這也跟我們所在位置是曼谷有關，一下飛機映入眼簾的是曼谷地區：高樓大廈林立及車水馬龍的街道，馬路上行人甚至充斥各種外國面孔，一度讓我以為站在台北市某個角落、其實我還沒出國，這是泰國給我的第一個震撼彈。

隨著兩個月體驗，我看到更多的文化面貌，例如發現當地人環保概念還不太興盛，平時買正餐或在超商購物都會拿到很多的塑膠袋，確實這讓在台灣已培養環保意識的我們一開始不太適應，我們開始透過重複利用或是拿來當垃圾袋的方式盡量減少使用更多塑膠袋；另外我們也在傳統市集中偶爾可以看到炸昆蟲的奇特料理，雖然不敢嘗試但也學習以正向眼光看待這件事，畢竟這就是當地人的文化之一，我想我們可以決定自己不吃的行為，但可以以尊重的眼光看待他人的生活型式。



↑ 高樓大廈林立、及車水馬龍的曼谷市容



↑ 平時上班的午餐買飯地點(公司後方市集)

三、對此次實習或學校海外實習的建議事項(任何方面都可以寫)

這次海外實習經歷對我來說是個永生難忘的回憶，除了一圓大學開始就嚮往的海外體驗夢想，也讓我藉這機會繼續徜徉探索我深感興趣的電子商務領域，因此非常感謝學校以及系所與國貿局接洽談成此次的實習機會。雖然兩個月實習實光非常充實，但我認為未來能在更好的建議是有機會多到當地其他企業或工廠參訪。這是我這次覺得唯一有些可惜之處，一直待在辦公室裏頭工作，就可惜了難得身在泰國拜訪當地更多相關企業或單位的機會。例如這是電子商務相關的實習，牽涉到金流、物流及資訊流三大領域，就會很想實際到泰國合作的物流據點參訪，看看倉儲貨架、裝箱集運、配送.....等等過程，也如此一來也能掌握電商得更全面內容。但整體而言，我還是非常感激有這個計畫，給我一個充實而精彩的暑假時光！