



只要有人，就有社群：陳思傑

記者 李育陞 報導

2020/04/12

他是一位極具影響力的意見領袖，曾經營過「客家小吵」、「連勝井」等知名的社群；他在部落格平台Medium上撰寫文章，分享行銷與社群經營的經驗，高質量內容使他在該平台上成為全台第六多人追蹤的帳號。在工作經歷上，他曾經擔任過「臺灣吧」的行銷總監，現為只要有人顧問公司的執行長。而他最為人所知的身分，是聚集全台無數小編的社群與行銷社團「社群井」的創辦人。

他是陳思傑，你也能稱他一聲傑哥。

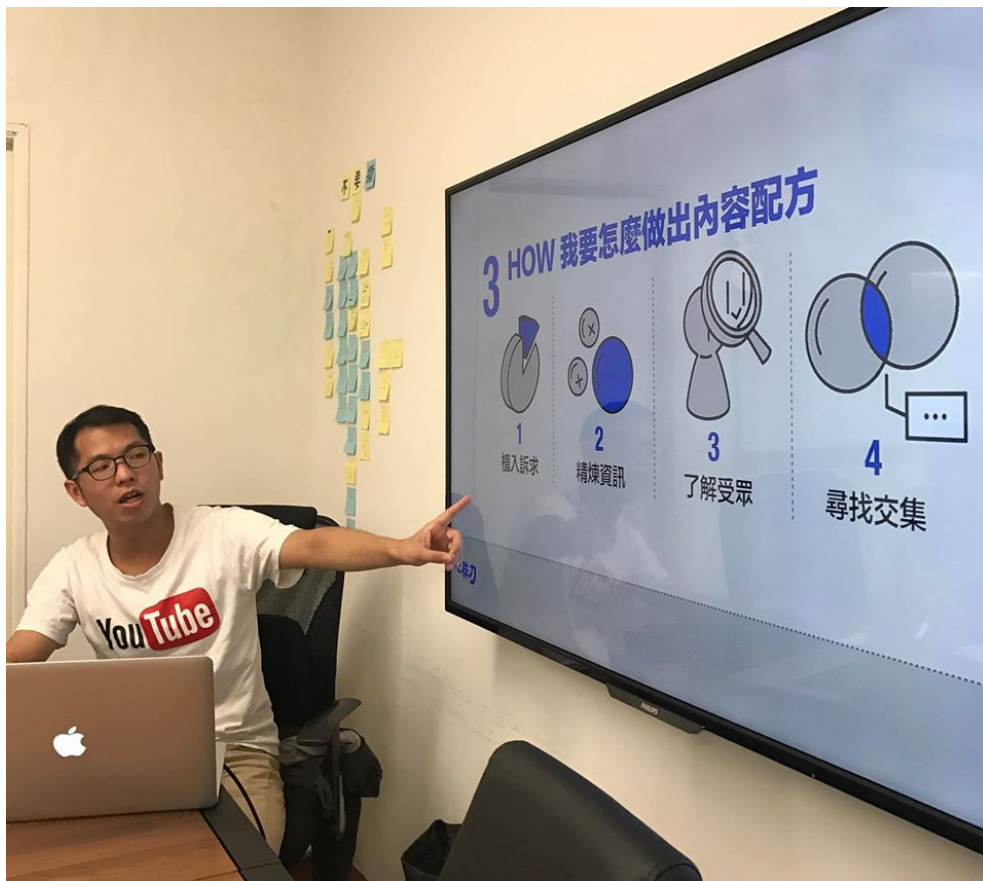
與行銷的初相識

陳思傑畢業於臺灣大學國際企業學系（以下簡稱國企系），那個在他口中很愛玩的頂尖學府。當時系上總有許多的活動供學生參與，而陳思傑與行銷的初相識，要回溯到大一時期的「國企之夜」。之夜是屬於大學生的一個表演性質的活動，那時他負責的是劇本的撰寫以及活動的宣傳。在玩鬧的同時，他逐現發現自己在創意方面的天賦，對行銷領域的興趣也在那時開始萌芽。

在他大三的時候，因為提供給大三學生的實習機會並不多，於是一發現機會，他便積極爭取，最終成為了若水國際第一屆的實習生。那是一個對他來說意義重大的實習，因為他遇到了一位對他影響深遠的上司，王文華。

提到王文華，大家對他的印象可能會是一位作家，事實上，他也是一位資深的行銷人。他非常善於行銷自己，也非常懂得展現自己的想法。一提到他行銷的導師，陳思傑笑著說：「我從來沒看過他的書，但是跟他共事之後，我才明白有一群人那麼迷他是有理由的。」當時王文華會帶著若水的實習生，參與各種行銷會議，而他在會議中的舉手投足之間散發出來的自信，讓陳思傑對優秀行銷人擁有的魅力感到十分嚮往，成為這種模樣也因此成為了他的憧憬。





陳思傑在會議中散發自信。(圖片來源 / 陳思傑)

正式踏入行銷領域

大四結束，出國交換前的那段期間，陳思傑與他的大學同學參加了空氣吉他大賽，一個由奧美廣告為了替諾基亞（Nokia）宣傳當時的新手機所舉辦的活動。當時的他玩得過於瘋狂，不慎撞到了前排的鐵椅，導致額頭見血，然而他卻絲毫不在意的在台上完成了他的表演。在被奧美的工作人員急忙送往醫院的同時，他也被告知他們獲得了當次比賽的冠軍。活動結束幾天過後，奧美安排他們團隊與Nokia的主管吃頓飯，在聊天過後，他們竟然就這樣誤打誤撞的進到奧美實習，而他們負責的，正是Nokia的專案。

在奧美實習的這段日子，他對於行銷上的各種知識與技能有了更清晰的了解。在明白自己確實擅長這個領域的同時，也認知到了身為代理商必須負擔的種種辛勞。而正是在這段時期，他堅定的認定自己未來就是要走這條路了。

陳思傑從交換回來後，在等待當兵前有一段閒來無事的空檔，當時通用磨坊正好到臺大國企系辦了企業參訪的活動。雖然活動是辦給在校的學弟妹們，然而陳思傑對此非常有興趣，於是拜託了負責人將他的名字也放進參訪的名單內。在參訪的最後，帶領整個活動的人資主管由於當天的流程很順利，心情非常愉悅，便當場宣布要開一個人資部門的實習職缺給這群來參與的學生們。在通過三關的面試後，那個實習名額最終落到他的手中。「現在說起來還是很不好意思，幹掉那群學弟妹搶了他們的機會。」陳思傑顯得有些靦腆地說道。他在人資部門中的工作中運用了許多行銷的技巧，甚至在報告上他也使用了行銷領域的思維來呈現，這使得公司高層對他留下十分深刻的印象。因此在當完兵之後，陳思傑便接受經理

國立交通大學機構典藏系統版權所有 Produced by IR@NCTU

陳思傑當時在通用磨坊擔任品牌行銷的職位。



陳思傑於辦公室辦公。（圖片來源 / 李育陞攝）

不是工作的工作 帶來的價值

在通用磨坊工作了一子後，陳思傑被挖腳到了妮維雅（NIVEA）。在那邊他遇到了更令他感興趣的挑戰，也學習到了許多有關線上行銷的技巧。然而到了2014年，他卻遇到了職涯上最嚴重的瓶頸。他對於當時自己所負責的品項所獲得的成績一直不甚滿意，卻又不知道該如何做出突破，這使他煩惱了許久。

後來發生了太陽花學運，陳思傑看見一群有志之士想藉由群眾募資購買蘋果的頭版，來向社會傳遞他們心中的價值。他對此感到非常有興趣，於是親自寫信過去，加入了那個團隊。在那之後，陳思傑藉由參與社會運動做了非常多工作外的專案，並希望能夠透過這些活動，來尋求工作上瓶頸的突破點，同時也為生活尋求一些刺激。在那個社會運動蓬勃發展的一年，陳思傑發現社群對於社會的影響力竟是如此之大，也因此被社群擁有近乎無限可能性的魅力所吸引。同年的台北市市長選舉，他在臉書上創立了有名的「連勝井」粉絲團，用以諷刺當時頗有爭議的候選人。陳思傑對此侃侃而談「同一份工作做久了，我很快就會覺得無聊啊，所以我會透過下班的時間去做一些我覺得有趣的事情，然後就會從這些地方發現一些能用在工作上的技巧。」

而也因為他做的這些專案，他的職涯開始產生了一些變化。那時台灣吧的創辦人藉由連勝井找到了陳思傑，並表示希望能夠招攬他進入團隊，因為要找到能夠同時懂得品牌行銷，卻又明白自媒體如何運作的人非常稀少。於是他結束在妮維雅的階段性工作後，選擇加入了臺灣吧。

陌生的領域 但無所畏懼

加入臺灣吧之後的陳思傑，擔任的是行銷總監，也就是行銷相關工作的總負責人。當時的他其實也對於工作上的許多事務並不熟悉，從被提案者到提案者的角色轉換，讓他在適應上花了很大的功夫。「那時候才體會到提案失敗一次直接拿不到案子的壓力，跟過去比是完全換了一個角色」陳思傑回憶道。在那段日子裡，每天都會出現不同的困難，但陳思傑不曾畏懼挑戰，不斷的從各種專案中吸收經驗當成自己成長的養分。他說，這段日子的歷練絕對是他未來能夠自己開設公司重要的基石。

加入臺灣吧的同時，他邀請了幾位志同道合的好友，在臉書上創立了社群井，也開始會在自己的粉絲專頁上分享許多有關行銷、社群等等的知識內容。對於他是為什麼能夠長時間的、不厭其煩的分享自己所知，陳思傑說：「其實最主要的原因，是我覺得在做這些事的過程中，能讓我學習到很多。因為只要我能拿什麼東西來教人，就代表我很懂嘛。」他利用經營社群的方式來強迫自己吸收新知，也藉由將知識分享給大家來激勵自己去變的更為博學。

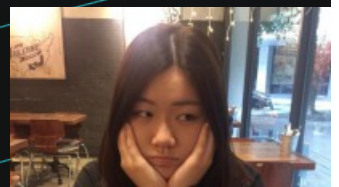
陳思傑在人生的道路上，永遠不會只滿足於舒適圈內的世界。他從來不畏懼於嘗試新的領域，他也總是抓緊眼前任何能夠讓他變得更強大的機會。就如同他所說的：「其實我不覺得有什麼真的那麼難，去做就對了。」機會是留給準備好的人，而他永遠都在為了下個機會想辦法做足準備。

關鍵字：傑哥、陳思傑、行銷、社群、社群井

縮圖來源：臉書



記者 李育陞



編輯 楊詠嵐

