

丁菱娟

著

客户最愿从我这购买的东西只有两样：
一种是能力，是问题的解决，
另一种是态度，是愉悦的感觉。
这，就是——

专业与美丽

奥美资深公关人的职场平衡智慧



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

专业与美丽

奥美资深公关人的职场平衡智慧

丁菱娟 / 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

专业与美丽:奥美资深公关人的职场平衡智慧 / 丁菱娟著.
—杭州:浙江大学出版社,2012.9
ISBN 978-7-308-10297-1

I. ①专… II. ①丁… III. ①公共关系学
IV. ①C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012)第 170491 号

原书名:《专业与美丽》

原作者名:丁菱娟

©丁菱娟,2011 年

本书经丁菱娟女士独家授权,限在大陆地区发行。非经书面同意,不得以任何形式任意重制、转载。

浙江省版权局著作权合同登记图字:11-2012-173

专业与美丽

——奥美资深公关人的职场平衡智慧

(台)丁菱娟 著

策划者 蓝狮子财经出版中心

责任编辑 曲 静

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排版 杭州中大图文设计有限公司

印刷 浙江印刷集团有限公司

开本 880mm×1230mm 1/32

印张 6

字数 118 千

版次 2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月第 1 次印刷

书号 ISBN 978-7-308-10297-1

定价 32.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

序一：我所认识的丁菱娟

宋秩铭/奥美集团大中华区董事长

近几年来由于工作关系，我在中国谈了一些并购案，也可能是我们这个行业的特色，碰到许多女性领导人，后来她们有的成为奥美的合作伙伴。在今天这样的时代，女性领导人表现出的豪爽侠义、干脆利落，有时甚至是不少男性领导人缺少的，丁菱娟是其中之一。

不知是否因为女性的特性——细腻敏感，所以才能够在以人为导向的产业中做到细致入微。丁菱娟在台湾的科技公司做了十年打工族，然后在刚生完第一个小孩后，自行创业，从一个人的工作室做起。在台湾，大部分女性在当了母亲后会想到回归家庭，照顾小孩，而她却辞掉高薪工作投入到风险极大的创业行列，当然同时还兼顾家庭责任，相当不易。

丁菱娟是个不错的管理者，她从科技公关出发发展到如今成为台湾全品牌公关公司的领导者。她曾于2003年至2006年在大陆设立北京和上海分公司，引领台湾客户进入大陆市场，而后与

中国奥美公关合并。也是基于丁菱娟女士所领导的公司符合奥美一贯的价值观，所以很快便融入奥美大家庭，得到大家的认可，这是比较可贵的。她的公司加入奥美十年来，在台湾所有子公司中一直保持获利率最高的纪录。这与她专注、开放的心态有关。

这本书记录了丁菱娟创业以来所经历的点点滴滴与工作观点，也有她自己的自省。由她本人说来真实动人，这些文章与观点于新入职场的工作者或已经成为管理者的读者可能会有很重要的提醒。听说台湾很多客户将她这本书作为团队开会与读书会讨论的参考书，每次讨论一个议题，可见这本书的影响力。

在两岸持续开放与沟通的进程中，我乐见更多的文化交流。好的书、好的人透过好的出版社让更多人看见、分享，进而产生好的互动，是一件愉悦的事。

序二：不一样的老板

白崇亮/台湾奥美集团董事长

这本《专业与美丽》，本身就有着一位不大一样的作者。

这位作者的生涯从为人部属开始，不久就自己做了老板。神奇的是，她在事业成功有成之后，竟又为自己选择了老板；其结果是事业更加成功，而她也成为更加出色的老板。

做部属时，她忠心负责、专业称职。做了老板，她肩挑一切，还能细致关怀、用心成长。这样的人不经常在我们周围出现，却总是在时候到了的那一刻，自然显出成功之后的成熟光彩。

我认识丁董事长，是在她做老板还略为生涩的时期，深知她如何奋力学习扮演好老板的角色。这几年在奥美集团，我必须做这四千里马的老板，再次看见她在掌握平衡角色和协助集团伙伴上的尽心尽力。我相信，是一种不断学习与成长的动力，造就了她与众不同的精彩人生。

这几年，丁董事长又成为专栏作家，定期在《经济日报》和

《动脑月刊》发表专文。在她笔下畅谈职场生涯，阐述企业百态。其中最触及人心的，仍是在她工作中各个面向上包括了老板与部属、公司与客户、个人与团队，甚或企业与社会的关系之道”。她站在老板的高度上，提醒读者如何权衡情理法，怎样定位自己和别人，在追绩效的同时保有尊严和快乐，更有着在平凡中透露出不平凡的种种处世之道。

在这些读来娓娓动人的故事里，涵盖了一个企业有情、生意有义、工作有趣、人生有味的世界。这世界绝非虚构，而是她一步一脚印亲身经营完成的。我们所处的世界，早已走到一个生活与工作不分，必须深刻探究工作背后意义及真正平衡工作与生活的时代。《专业与美丽》可以教给我们的，绝不止于职场成功的秘笈，更是面对工作、面对自己，和面对生活的内在态度，这是要有丰富人生经验才能体会的一种智慧。

我相信有许多读者将因本书而改变自己。有句话说得好：“思路决定出路，态度决定高度，格局决定结局。”盼望你因这本书而开始修正你的思路、态度与格局。

序三：一本有实践经验的教战手册

施振荣/宏碁集团创办人，智融集团董事长

丁菱娟二十多年前在宏基科技工作，那时候她刚出社会没多久，对很多事物充满了好奇。她在公司内部转换了几个跟企划相关的工作，离开宏基前最后一个工作是担任“企业沟通”（corporate communication）的职务。相信这个工作至今仍是她的最爱。

当年宏基算是国内少数几家设有“企业沟通”这个职务功能的公司，其他大多是跨国企业。虽然一般人都将“企业沟通”这个工作俗称为“公关”，不过由于早年外界都将“公关”工作视为是靠喝酒来建立关系，因此我要特别强调，宏基公司早年所重视的企业沟通工作与一般所认知的公关工作内涵有很大的差异！我认为，“企业沟通”这个工作是企业对外或对内沟通非常重要的推手，也是企业与各个利害关系人之间的桥梁，例如：投资人关系、政府关系、社区关系等。宏基在推动国际化与自有品牌发展过程中，“企业沟通”也扮演了灵魂的角色，帮助宏基把品牌与企业文化、观念推广至全球。

如今，“公关”的意涵已与早年不同，近年企业对公关的需求日益增加，几乎成为中型以上企业必备的功能，也成了现代年轻人喜爱的工作之一。欣见丁菱娟在这几年的历练，从自行创业到加入奥美集团，如今更已成为台湾公关界知名的领导人之一，一路走来不仅积累了丰富的丰富的人生经验，更在公关领域展现其专业表现。

本书是她在这二十多年来在工作与经营管理上的一些省思与看法，她将七十个职场观察分成专业篇、态度篇、管理篇、反思篇以及说话篇五大类别，对职场工作者而言，可说是一本有实战经验的教战手册。

丁菱娟待过企业，当过客户，也自行创业经营公关公司，拥有为客户服务与被服务的经验，这让她可以点出身为客户与顾问的不同角色与特质，有助于年轻人选择职业的思考。尤其以她跟这么多跨国企业合作的经验，以及公关产业多元化、具创意的特质，她对于管理与人性更有深刻经验与体会。再者，她是创业者，又经并购成为外商专业经理人，这两者角色的转换她都游刃有余，这也使她的历练更上一层楼，对于职场观察亦有其独到的见解。

她书中畅谈职场上的一些经历与故事，对很多在职场上工作的年轻人来说，应该也有似曾相识的经历；她的一些经验与建议，值得年轻朋友参考，如能进一步细细体会，相信对于年轻朋友的职场生涯发展一定有所助益！

自序：工作不只是工作

丁菱娟

年轻的时候，与三位好友在一个月色很美的夜晚看星星。有人一时兴起，提议要每个人用四个字来许一个愿望，对自己的未来做概括性的描述。于是甲说：“轰轰烈烈”，乙曰：“平平顺顺”，丙则说：“自由自在”，最后轮到我，我说：“多姿多姿”。三十年后我们各自回顾自己的人生，我觉得我真的是做到了多姿多姿，此生无憾。

我的人生启蒙于十七岁，那年我写了一首歌词《给你，呆呆！》，参加了金韵奖的比赛，没想到被录取后收录在唱片中，从此开启了我丰富的大学生活，我参与了当年最灿烂的民歌年代。年轻的时候做了很多事情，卖唱片、民歌餐厅演唱、电影配音、写剧本，懵懵懂懂地凭着打不退的热情去参与、去投入。当时完全不知道这些对后来人生的启发是多么重要。现在回想，庆幸当时的勇敢与热情，虽然不完美，但是至少多姿多姿地活过。

离开了校园生活，我进入社会，宏基电脑是我第一份工作。

在宏基七年，目睹了台湾科技业的蓬勃兴起，也因缘际会地接触了公关的工作。虽然这在当时，是刚兴起的学科，没有多少人了解，但却因此启发我的兴趣，奠定了我未来职业生涯的有利基础。

我三十岁以后，结了婚生了小孩，觉醒不能再忽悠过日子，于是每年都给自己设立目标，虽然俗气，但也真的认真按照自己的计划前进着。三十岁结婚，三十一岁生小孩，三十二岁出国念MBA，三十三岁创业，直到四十岁把公司卖了部分股权给跨国传播集团——奥美集团，又担任奥美公关事业群的CEO，从本土创业者到跨国集团的专业经理人，最后，再回锅当董事长。这虽并不在人生的规划中，但我从压力中让自己学习接受挑战、面对挫折，从此喜欢上学习所带来的动力与成长的回报。

创业可说是我人生最重要的决定之一，也是我人生的转折点。让我从一个懵懵懂懂、不切实际、只会做梦的小女孩，蜕变成一个脚踏实地、凡事自我做主的新女性。从此，展开了不一样的人生。创业的辛酸虽然也可以洋洋洒洒写一堆，但是过程还是快乐比伤心多，成长比挫折多，收获比付出多。这些经过，让我拥有了更坚强、更成熟的人生态度。

因为工作，我旅行过很多国家，开拓前所未有的视野，了解到自己的渺小。也因为工作，我遇到过许多精彩的人，包括同事、客户、伙伴、同行、媒体，他们丰富了我的生命。还是因为工作，我得到实际财务的回馈，它让我获得生活上更多的自由，

以及照顾更多人的能力。这一切的一切，都是这份工作带给我的满足与自我实现。工作不只是工作而已，当我用积极、认真的态度去看待这份工作时，它是收入的来源、知识的累积、视野的拓展、人脉的联系、成长的动力、快乐的所在，还有自我实现的满足。

最近几年，我工作比较游刃有余，我人生也渐渐沉淀，开始拾起年轻时的兴趣。歌唱、新诗、书法、绘画、钢琴、瑜伽成为我每年新学习的一样才艺。我的论调是，一年增加一项新才艺，十年后就会多才多艺。因此，书中所有的油画作品，皆是我工作之余所完成，有创作、有临摹。两年多的习作下来，我逐渐了解身心平衡的重要，以及“懂得休息才懂得工作”的道理。

我从工作中获得许多，也希望职场的工作男女能够跟我一样，从工作中赚取你想要的人生。于是，当《经济日报》（台湾）邀请我将写了两年多的《人兼道》专栏集结成书，我欣然答应。我专栏中所谈的大多是职场上曾经碰到过的一些案例，这些都是我成长的痕迹，还有自省的思考。有许多是职场做人处事之道，包括积累专业，让自己的价值加分；在态度上洞察处境、不卑不亢；在说话的艺术上，如何说话到位，减少冲突；在管理与格局上，开放心胸，用高度看事情，许多事将迎刃而解；在思考上，随境转念，可以否极泰来。

希望这些真实的历练与故事，带给有缘人启发，成为职场上老板喜欢、主管依赖、同事称羨、自己满意的快乐工作人。

工作真的不只是工作而已，它还包含很多……

开篇絮语：专业与美丽

消费者通常愿意购买的东西只有两种：一种是问题的解决，另一种就是愉悦的感觉。前者是“专业”，后者是“美丽”。

专业，是工作的基本竞争力，任何一个人想要在职场上有所定位，“专业”是最重要的条件之一。但是光有专业却不一定可以在职场上头角峥嵘，还要有“美丽”的态度，才能有更上一层楼的机会。尤其在我们顾问服务业里更是明显。

公司有两位主管，专业都相当强，A君总是对自己在专业上的判断和建议非常地自豪，也的确有许多案子都因为他的策略而让客户像吃了一颗定心丸而买单，因此有很多客户都折服于他的专业见解而佩服不已。这些成功的经验让我们这位主管愈来愈有自信，无形中“专业”变成他的招牌，无时无刻不想用专业将客户征服，拜倒在他的专业风采下。但是久了以后，他过度自信的姿态就让一些客户开始不舒服，结果有一位客户用一次比一次更

艰难的问题来测试他，让他和他的团队应接不暇，压力大得不行。直到我找这位客户聊到为何要如此对待他时，客户说既然这位主管觉得自己专业厉害，无所不能，那么就让他好好发挥吧。原来我们这位客户的专业也不差，A君太想用专业让客户信服，却不懂得让客户有当“客户”的感觉。

另外一位主管B君，专业不错却没有前一位主管的强势。她个性乐观，笑脸迎人，愿意倾听，总是愿意用有弹性的调整方案去符合客户的需求，客户不仅喜欢与她共事而且愿意采纳她的意见。最神奇的是有一次她犯了一点疏忽，客户不但主动帮她处理，还在长官面前掩护她，使得团队减少了一次危机。客户事后表示，和B君合作是一件愉快的事，他不想失去这样的伙伴，况且他知道B君是无心的。

这位B君天生是好奇宝宝，也比较具有阿甘精神，只要有客户打电话来询问，不论案子好不好，她都愿意跟对方见一见，聊一聊，她总是说买卖不成仁义在。而A君就必须确认对方购买诚意到80%以上，才愿意洽谈，结果反而B君的案子源源不绝。有时虽然当时与客户没达成合作，但留下好印象，有机会时客户就会想到B君。

消费者通常愿意购买的东西只有两种，一种是问题的解决，另一种就是愉悦的感觉。前者是“专业”，后者是“美丽”。A君显然只专注做到第一点，却忘了第二点。问题的解决是理性面、功能性的，愉悦的感觉却是感性面、温暖感的，两者要相辅相成

才能点石成金。尤其是像我们沟通传播产业，其实就是人的产业，只要牵涉人性，一定不能忘记感性的价值。因此从事服务业必须“专业”与“美丽”兼具才能无往不利。“专业”是能力问题，“美丽”是态度问题。最终所有的商业行为是理性与感性兼具，才能掳获人心。期许我们都做个专业而美丽的职场工作者。

目 录

序一 我所认识的丁菱娟/宋秩铭	1
序二 不一样的老板/白崇亮	3
序三 一本有实践经验的教战手册/施振荣	5
自序 工作不只是工作	7
开篇絮语 专业与美丽	10

Chapter 1 | 公关业内事

“服务”与“顾问”的差别	3
有观点就有价值	6
营销人的门里门外	8
“蹲马步”的必要	11
创意一定要与众不同吗？	14
魔鬼藏在细节	17
为什么你不是经理？	20
白纸黑字有道理	22
合约没说的更重要	24
提升沟通效率	26
先下标题再说话	28
用故事说话	30
发言人的修为	33
学习说“不”	35
虎口下的反败为胜	38
在乎客户所在乎的	41
为何一通电话值百万	43
做个聪明的客户	45