

『找到自己的方向』

張治亞堅定信念大放異彩

受訪者 | 張治亞 現職李奧貝納策略長兼人資長

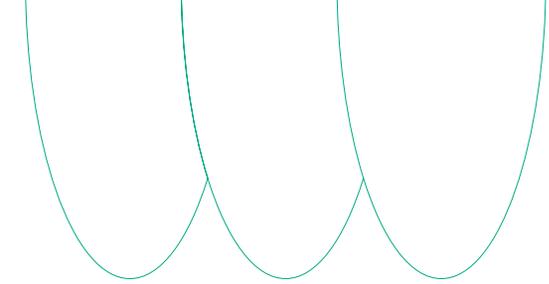
採訪 | 陳滢慧、江惟琳、林希玟

撰寫 | 陳滢慧、江惟琳

**When you reach for the stars
you may not quite get one,
but you won't come up with a
handful of mud either.**



◀ 張治亞 (右) 與李奧貝納大中華區總裁黃麗燕 (左) 合影



策略長的解惑與導航👉

總是以客戶需求，客戶品牌為首要重點的李奧貝納，公司的廣告作品與我們生活息息相關，麥當勞、中華電信，中華航空、家樂福等都是他們一直以來的合作夥伴。

李奧貝納的策略部門究竟負責什麼樣的工作內容，是許多人好奇的地方？身兼策略長與人資長的張治亞，面帶微笑地娓娓道來他的工作內容。對於最主要的工作內容，張治亞簡潔扼要地表示：「解答問題。」針對各個角色所提出的困惑，策略長都一一為大家解答。

服務對象包含客戶、創意、業務。以流程而言，在創意和業務工作前先與客戶溝通，先從客戶遇到的問題點，挖掘其所需要的解決方案；進一步至公司內部，作為客戶與創意之間的橋樑，幫助創意了解客戶需求；最後是協助創意說服客戶，將創意所發想、呈現的具體方案，讓客戶買單。

信念、價值觀會指引選擇

張治亞於訪談中，提及李奧貝納執行長暨大中華區總裁黃麗燕 (Margaret Huang) 對策略長角色的意義與功效：「有些人沒辦法做選擇，但信念、價值觀會指引選擇！」當客戶對於自身的需求茫然，無法擇取時，策略長會與客戶站在多重視角，釐清客戶的信念、價值。於是策略長陪伴客戶跟隨內心聲音指引，向前邁進的過程，便一步步發覺客戶真正需求的方向，以致成功邁向目標！



▲ 李奧貝納尾牙裝扮



深入內部知己知心

身兼策略長與人資長這兩個角色的他，在這兩個性質差異不小的角色之間，是如何轉換的呢？張治亞帶著響亮爽朗的笑聲說：「看行事曆！」。繁忙的工作步調，要快速的切換角色，行事曆是最好的小秘書。

同時擔任這兩個職位好處不少，第一，因為身處策略部門，與各個部門有緊密合作溝通的機會，更能比一般人資了解各個部門的工作秘辛，更能同理各部門的同事。像是張治亞提到創意部門的同仁較不按公司規定的時間來上班，作為純粹的人資可能無法理解與管理創意人員。然而做為策略長，熟悉創意人的習性，這些喜愛無拘無束發想創意人，雖然不喜於被體制管束，但仍會在時限內繳交作品。第二，因為策略長站在一個較為宏觀的立場，能夠更全面地看見公司的發展，也能觀察各部門的現況，對於公司文化有更深入的了解。

會同時擔任此兩職位是總裁黃麗燕 (Margaret Huang) 給予的挑戰，黃麗燕慧眼獨具，認為張治亞本能柔軟、心思靈敏，能夠與各部門合作，是作為人資的優選人才。在他開始擔任此二職位後，印證總裁的眼光正確的！



▲與受訪者張治亞(右二)合影

李奧貝納要什麼樣的人？

究竟李奧貝納要什麼樣的人？李奧貝納注重人格特質，不在乎科系背景。張治亞提起他出社會後曾經的一位客戶是大學時期的廣告學老師，他發現老師於課堂所教學的內容，與實際職場的狀況有落差。當時，老師送了一本書《執行力》，意氣風發的少年張治亞感到不太服氣。原封不動地將此書回送給老師，並附上一句話「你才需要看這本書！」。後來張治亞在廣告界長久打滾後，終於理解老師的用心，理論固然重要，但執行更為重要！不論你是什麼科系擁有什麼樣的理論，都比不上實際經驗的累積，所以只要你想要嘗試，都可以來挑戰李奧貝納的工作。

不要想太多，做了才知道喜不喜歡！

注重個人特質的李奧貝納喜歡甚麼特質的人呢？抗壓性高的人才能勝任高壓的廣告世界，有好奇心的人才能不斷進步。尤其是好奇心，張治亞表示面試時會詢問最近看的書籍、電影，藉此觀察求職者是否具有好奇之心，還有觀察、敏銳的特質。張治亞在採訪過程中說：「我們做久了，說不定都能開啟副業去當算命師了。」因為策略這個角色，必須對市場、產業、消費者特別敏銳，觀察客戶需求及市場發展。除了這些特質外，張治亞也會要求自己部門的團隊夥伴廣泛閱讀，不只是讀書，也包含電影和音樂，讓成員不斷培養內涵、與時俱進。對於廣告界躍躍欲試的新鮮人，張治亞熱情地說：「不要想太多，做了才知道喜不喜歡！」