

從零到一的 創業旅程

受訪者 | 黃彥融 Dustin - 零一行銷創辦人
採訪 | 邱品蓁、李元亨、林妤庭

01010
1010
010101

黃彥融 (Dustin)，畢業於國立清華大學數學系。Dustin 是國內 Growth Marketing Community (以下簡稱 GMC) 的創辦人，GMC 為新創行銷分享實戰的社群曾與潔客幫、發現茶、Honestbee、Pro360、JANDI 幕後行銷操盤手、經理人舉行 Growth Meetup，將實戰經驗分享給更多新創與中小企業，透過案例學習建立新創成長行銷思維。



▲Dustin 畢業於國立清華大學數學系，為零一行銷創辦人



▲Dustin 於就學期間嘗試、參與各項活動

不走尋常路的數學系反骨男孩—創業的啟發

Dustin 因為當初大學分數剛好到了而就讀數學系，在提及他大學生活的時候，他說因為自己**個性膽子大、勇於冒險、嘗試**，所以大學期間在學習數學的路上，並沒有特別獲得數學興趣的共鳴，而一般數學系的人可能就去和數學相關的研究，或是進入科學園區當工程師，然而，Dustin 除了因為個性的驅使以外，他在大學期間參加過魔術社和 YEF(國際青年創業領袖計畫)商業競賽，透過這些不同的嘗試，他開始對行銷及創業產生興趣，因此，Dustin 對自己未來職涯的規劃不願和其他同學一樣走尋常路，畢業後，他決定到南港軟體園區的小新創公司做行銷的工作，種下未來創業的綠芽。

從「零」到「一」—創業的過程

Dustin 坦言，在最一開始的創業確實出現會有很多人生的跑馬燈，一開始遇到最大的困難是找客戶，他笑著說：「畢竟一定要先有客戶，公司才能運轉啊！」，所以在還沒完全步上軌道之前，他其實有將近一年的時間沒有收入。不過憑藉著 Dustin 原來是數學系出身，本來就對數據分析有一定的敏感度，同時，因為**行銷講究有趣、特殊性，和 jump out the box(跳脫思考)**，這些概念的發想也能追溯到 Dustin 在大學時期加入魔術社所產生的影響，這些大學看似有些擦不上邊的學經歷也默默支持他創業的這條路，接觸到的東西都會變成潛意識及未來的養分。他也會看全球的魔術秀，而這些都會潛移默化影響自己的發想角度，他也認為藝術表演是很好的養分來源，而大學接觸到的東西都會變成潛意識及未來的養分。除了憑藉著自己的努力，他謙虛分享，「**從網站流量為零，到現在把它推到有不錯流量，當然要感謝一些夥伴，這就是從零到一的過程，像一個種子發芽的過程。**」

從零到一不僅是代表創造整間公司的起源，也在**代表著整間公司做事的態度**。公司創業以來到現在這個階段，Dustin 鼓勵夥伴做很多探索性的任務，並發展新的技能，尤其現在歐美流行的一些行銷科技的部分，Dustin 希望員工們可以增加自己的勇氣和信心，然後相信自己可以做成很多事情，他秉持著對員工開放的心態，他認為一開始一定很多事情不會，但他並不會像其他長官，認為你這個東西不會，就不去給你機會嘗試或成長，而是希望用別的方式引領員工有更多的創造力，Dustin 也與我們分享，今天有夥伴提了一個行銷數據報告，但他覺得那位夥伴沒有做到那麼好，Dustin 不會直接毫無理由地退回那份報告，反倒他覺得**每個人都是有潛力的**，所以在當下他可能會跟夥伴說，如果是他做這個報告會怎麼做，然後他會切換一個視角，跟夥伴比喻成賣東西，對那位夥伴說：「你今天不要當作你要報告，你當作你要賣這個報告給我，那你再重新想好，怎麼樣可以將這個報告賣更好。」，這就是換位思考，而**行銷或是專業工作者，總是在思考如何 add value 在同一件事情上**。此外，Dustin 也向我們提出「工作一年經驗的人，有可能贏過工作有三五年的那種人？」的問題，同樣是對員工有開明的想法，他認為不看專業技能，就是看一些看事情的想法等，他們的心態、對事情的敏銳度是有差別的，那些東西累積的方向不一樣，就不會是你工作比較久就一定會贏過比較資淺的。回歸到從零到一的理念，Dustin 依舊是對自己、對公司以及對員工抱持著初心，希望可以懷著**勇敢嘗試的初心，成為行銷公司的動力**。

零一特殊的定位

不同於其他行銷公司的服務，零一主要鑽研數據行銷和內容行銷，Dustin 自信的說：「零一只專注在做一件事情，就是做一件難度要做到其他家公司沒辦法做的！」，尤其比起其他較大的行銷公司，**數據決策、後科技面和自動化**，零一在這三方面都有所佈局。Dustin 說到，因為所有



的行銷最後都會回歸到官網，零一行銷在做的事，就是在**消費者搜尋的精選文章中，讓企業在網站內容上更優化，再進行關鍵字的布局，使消費者更能找到自己的企業官網**。行銷流量大多都要花錢買，而內容行銷較為穩定。內容媒體就是小型文章，每天都會有很多人搜尋但是可能感覺不到。至於比較大的公司或資歷比較深的公司，主要是負責所謂的整合行銷。Dustin 也和我們分享了一個他們接的案子，零一會在網站中導入一個站內的機器人，當使用者在看到一定階段的時候，他會自動跳出，就會有一個 automation 去互動，其實它背後有牽涉到很多部分，不只是創意



Growth

▲ 零一的 Logo 也代表成長的心態

面，還包括數據分析，除此之外，要在哪些頁面放哪些機器人，也是有一個設計的過程，這項設計要符合數據決策，這就是在做自動化行銷。這個其實非常有趣，因為網站只要無聊轉換率就會很差。例如：大家去百貨公司週年慶，看到櫃姐時，客人就比較能感受到溫度但我們現在很多時間在網路、網站上，其實溫度是很少的，所以他們就會希望每一個網站可以被賦予靈魂，點進去以後就會有不同的劇本，一個網站裡面，他的受眾分佈都是很不一樣的，比如說有三種不同的人，那他們應該要有三種不同的頁面，所以我們現在就會去幫品牌去客製化規劃這個部分。

創業甘苦談

在談到創業心境時，Dustin 笑稱：「心境上轉換很重要！」，因為會有很多問題突然出現，這些問題包括：你一個快成交的案子，結果被別人搶走了，或你講好的合作夥伴，明天因為種種原因他就消失了、已讀不回，所以要保持「樂觀」和一些「勇氣」。另外，Dustin 認為在很多事情上，都應該要**保持好奇心**，因為創業的過程中、以及創造價值的過程中，很多是來自於你不斷地

去看到、察覺很多不同的問題。**保持對周遭的敏銳度**遠比學校所學的還重要。除了心態的轉換，創業的犧牲也少不了，Dustin 說，創業的人就是沒有假日，要犧牲非常多的時間，和家人或另一半相處的時間減少也是必須承擔的後果，不過也是要看每個人 lifestyle，總之一旦踏上這個列車，就要做好時間就會比較緊縮的心理準備了。

作為一個創辦人重要的能力以及特質

Dustin 和我們分享三點：

1. **處理 / 解決問題的應變能力**，解決問題要很全方位，哪怕是很小的事情，像是有時候合作夥伴可能突然消失，這時該如何處理，這種應變能力在大學社團就可以先磨練。
2. **思維能力**，創業就是競爭，但在創業方法論如是說：真正的創業不是競爭，而是想辦法創造不公平的競爭優勢去取得勝利。
3. **具備建立人際關係的能力**，並與團隊夥伴維持良好關係。

給未來行銷人的話

行銷領域裡其實各有不同適合的角色，主動尋求挑戰的人適合做廣告投放；容易跟別人建立關係可以做校園大使或推廣類；而做研究與數據分析的人才其實也很需要。Dustin 也提醒，行銷跟其他工作很不一樣，變化很快，喜歡從變化中發現一些機會的人蠻適合這個領域。Dustin 也推薦同學們在大學期間可以先做測驗更了解自己，接著可以去試著找到環境去實戰或實作。Dustin 也給未來行銷人五點可以參考的未來行銷人成長路徑，可以參考**行銷指標 AARRR(Acquisition, Activation, Retention, Referral, Revenue)** 並思考：

1. 如何獲得流量？可以投廣告或經營一些社群媒體等，不過內容行銷、SEO 還是最省力，因為明年流量還是會在。
2. 產品互動，要有 **microinteraction**，因為每次微互動會讓消費者的愛心指數上升，畢竟愛的反面不是恨，是陌生，不同的行銷都應該這麼做，而這個能力來自一些 UX (使用者體驗 ex. app 介面引導規劃粉絲團的聊天機器人)。
3. Retention: ex. email 行銷，使用者最終都會離開這個網站，那這時候要怎麼把他們傳喚回來就很重要。
4. 裂變行銷：Airbnb 或 HOTmail (推薦用戶→取得點數) 獲取收入
5. 優化轉換率：我們要鍛鍊獲取流量的能力，分析你想的事情在哪個階段，會比較完整，同時，也可以檢驗夥伴的能力與階段。

