

L'ORÉAL

SUMMER



法文二 張宸豪 Loïc

數位行銷學院
實踐心法
享

報名動機

台灣萊雅數位行銷體驗營

其實我沒有參加過任何企業、其他機構或基金會等等舉辦的營隊，L'Oréal Summer Camp 算是我的起手式。而這個營隊的資訊來源其實是我姐，他還不忘跟我分享他的經驗談（真的是我偶像），說其實很多營隊實際上比想像的還不可怕。我想他是在告訴我對於跨出舒適圈不用過度緊張，但也不能毫無準備。我本來很猶豫，但心想世界這麼大，在這個有本錢的年紀不去試試看或甚至犯一點錯怎麼行？於是我就帶著考完期末愉悅的心情報名了 😊

過程

台灣萊雅數位行銷體驗營

整個營隊總共三天，第一天到第二天中午的課程內容大略為破冰，上課，然後上課，還是上課。課程很紮實，節奏也很緊密，所以到了第二天早上，超商的咖啡賣得很好。

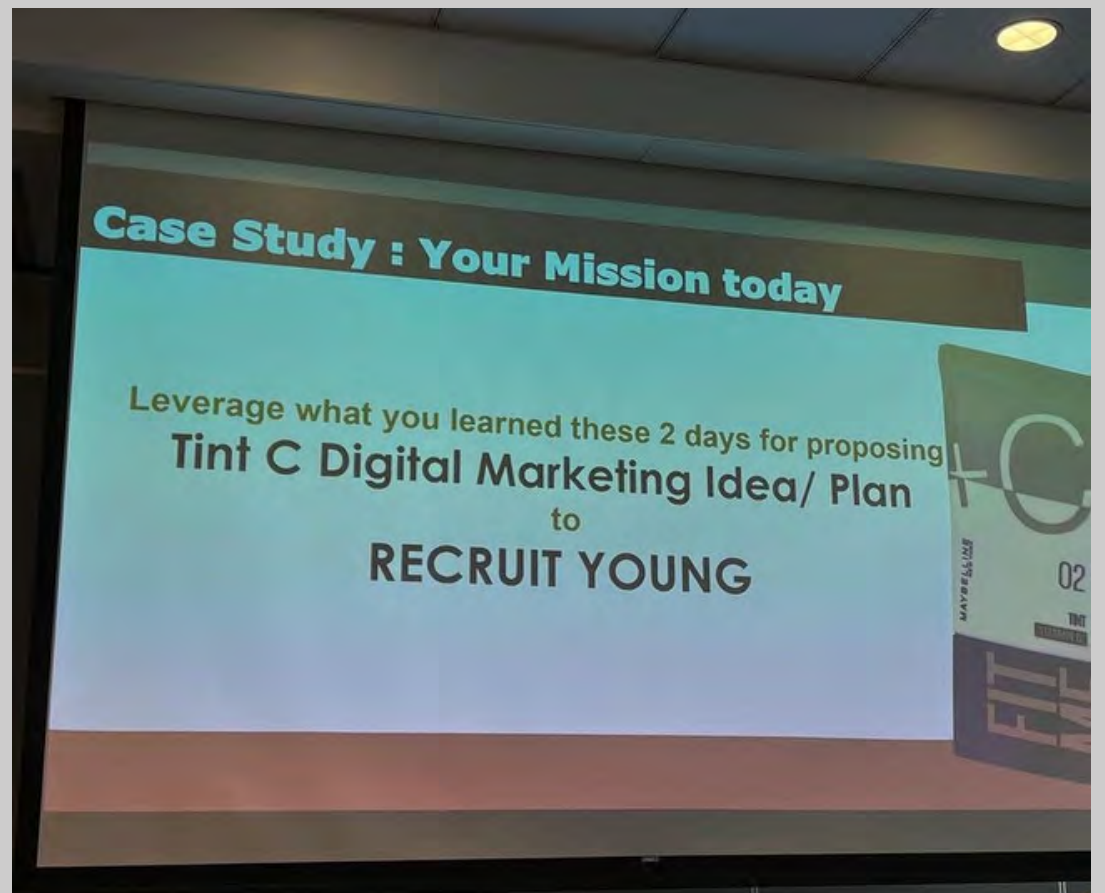
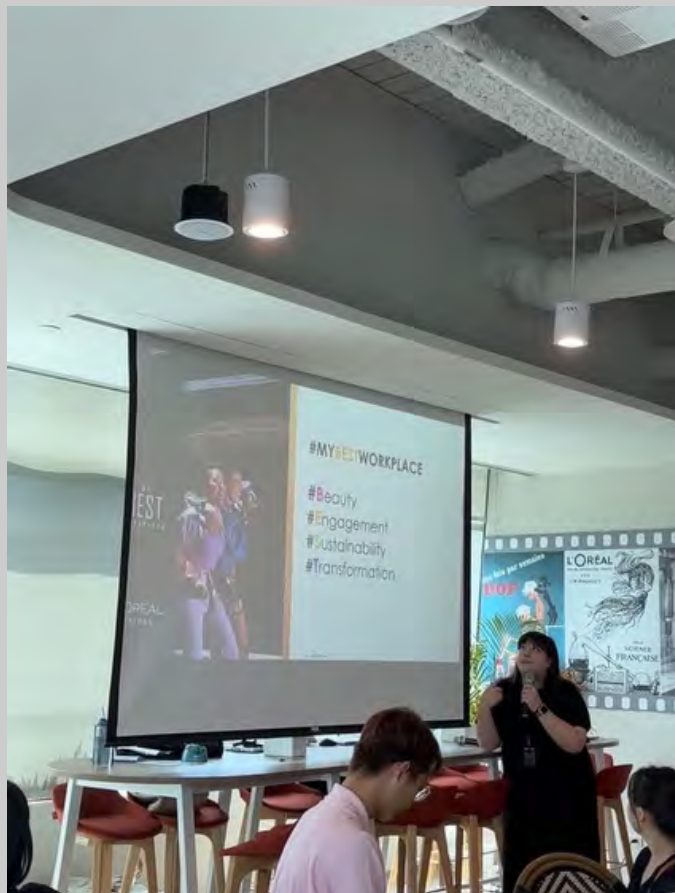
課堂上他們請到了萊雅旗下的 Kiehl's、Maybelline、L'Oréal Professional 的高層以及去年的 Brandstormer，來分享企業精神、過往的行銷策略和經驗，以及自身的職涯。



過程

台灣萊雅數位行銷替驗營

第二天午餐過後就公布題目，並給我們兩個半小時的時間，利用所學做出一份行銷策略的提案。一組8~9人，每組8分鐘全英文報告，可想而知中午過後的咖啡也賣得很好。



結果

台灣萊雅數位行銷體驗營

先不論我們這組第二天從9人變8人，討論報告的過程中，大家都極力絞盡腦汁，想在最短時間內端出一份吸引人的行銷提案，但結果其實不盡理想。

我們壓線繳交簡報但還沒彩排，交完的那一刻以為至少可以喘氣五分鐘，結果馬上就被抽到第一順序上台報告。結束後，我們都知道過程與內容沒有到組員彼此心目中最理想的狀態，不過大家都盡力了。願意報名活動並花時間探索和累積經驗，就足以鼓勵自己繼續前行。

收穫和心得

台灣萊雅數位行銷體驗營

這個營隊除了含金量很高以外，嚴格來說於我比較像是一記強心針。討論報告的過程中，我在方法和建議被採用時看見自己的價值，但也在面臨難題的當下意識到自己的不足。透過不同角度對自己的檢視與定義其實都彌足珍貴，不過既然沒有風險，那就放低自尊心去看看自己還缺乏什麼、想得到什麼。



收穫和心得

台灣萊雅數位行銷體驗營

參與活動的大家都來自不同生活圈，除了學生身分是共通點，同時我也看見他們身兼藝術家、營隊領導者、或是國際性的社團的幹部等等。簡單試想不同背景的人為什麼來到這個營隊，其實可以略知一二他們面對自己人生的態度。有些人仍在漂浮探索，也有些人在自我介紹時就急著端出漂亮的學歷。但最後真正重要的，其實都只要回歸於反問自己「我為什麼來這裡？」、「我想得到什麼？」，其餘無關的答案，份量都不該重於內心的聲音。

收穫和心得

台灣萊雅數位行銷體驗營

We all are trying to find ourselves a place, but why don't we just create one? The unique one. It doesn't have to be what people do or tell you to do, it just has to be you.

L'ORÉAL