

葉碩麟

Challenge Beyond the Scope

網絡營銷勢不可擋，各大企業均爭相在社交媒體上推廣。早於2007年，葉碩麟（04逸夫工管）已覷準數碼營銷的市場，並創立超凡網絡（Guru Online），主攻網絡及社交媒體廣告，超凡去年更在創業板上市，成功在市場上搶佔席位。

畢業後，葉碩麟在個人護理用品公司P&G擔任見習行政人員，後來加入La Souhait Cosmetics Group，主力市場策劃，短短一年間，便獲擢升任為大中華區市務總監。能夠在短時間內獲得上司賞識，葉碩麟自言有兩大要訣。

「我時常提醒自己要跳出固有的框架，嘗試『Challenge Beyond the Scope』。在P&G做市場策劃時，其實做好廣告就行，但後來我發現店舖缺貨才是銷量下降的主因，所以思考如何解決缺貨的問題，從而增加銷量。」葉碩麟續指，每間企業都有問題要解決，這些問題可能多年來沒人理會或處理，只要主動找出問題所在，並提出解決方法，自然會受到上司的賞識。

思考要高兩級

下屬要從上司的角度出發，才能明白上司的標準及要求，但葉碩麟更認為最少要站在比自己高兩級的職位上思考。「如果單從直屬上司出發，會局限了自己的思維，若然再上一級，則可以更宏觀地看管理層的政策。」這也解釋了為何畢業僅三年，葉碩麟已由一名打工仔，晉升為公司的主席兼行政總裁。

縱然事業如日方中，葉碩麟未有安於現狀，並決定與四位友人創業，發展網絡營銷。當年客戶最多預算是

在搜尋引擎及電郵直銷上，Facebook（fb）在香港更未有辦公室。不過，葉碩麟卻早着先機，把業務集中在fb上：「互聯網最重要是以用戶為本位，我們研究了幾個社交平台，發現fb的用戶體驗較佳，廣告的針對性較高，有很大的發展潛力。」時至今日，fb已在社交媒體上獨佔鰲頭，亦驗證了他當年的眼光。

市場學問不易精通

從當年看準fb的發展潛力，至超凡網絡今天領先市場，都顯示出葉碩麟對市場的觸覺一直相當敏銳。面對網絡世界無時無刻的變化，葉碩麟坦言，每天都要閱讀很多與科技及網絡營銷相關的文章，「每當有空餘的時間，我便閱讀有關文章，更會與業內人士交流，以得悉市場的最新動態。」

作為全球未來營銷的大趨勢，不少校友都有意投身網絡營銷的工作。葉碩麟直指網絡營銷「易學難精」，營銷模式背後更需要大數據支持，而每個營銷策略都要有根有據，他透露現時行業最缺乏的是程式編寫員，以支援當中的技術及數據運算。同時，葉碩麟亦會在職業博覽專題講座上，透過刺猬理論（Hedgehog Concept）與校友分享如何尋找合適的工作，有興趣的校友可留意相關講座詳情。



葉碩麟小檔案

- 2004年 香港中文大學逸夫書院工商管理學士
- 2004-2006年 畢業後加入個人護理用品公司P&G擔任見習行政人員
- 2006-2007年 轉投La Souhait Cosmetics Group，負責市場營銷策劃
- 2007年 創辦超凡網絡（Guru Online），出任主席兼行政總裁
- 2015年 超凡網絡（08121）以配售方式在創業板上市