

LinkedIn擴展香港業務

在香港開業兩年後，LinkedIn遷往更大及地段更佳的辦公室，彰顯該公司對香港所作的承諾

“香港正是人們生活、工作、發展業務、結識合作夥伴和潛在客戶的地方，因此香港自然成為我們設點的地方。”

LinkedIn
亞太及日本地區行銷解決方案高級總監
Olivier Legrand



全球最大的線上專業網路 LinkedIn，2014 年第一季度全球收入為 4.73 億美元，較 2013 年度第一季度約增加一倍。在 2012 年，該公司已在香港開設辦事處發展北亞業務。自此以後，在香港的會員人數增加兩倍至 90 萬。2014 年，即 LinkedIn 在香港成立後兩年，為了配合業務擴充，香港辦事處遷往銅鑼灣希慎廣場面積 10,000 呎的辦公室，員工人數增至超過 50 位。

LinkedIn 亞太及日本地區行銷解決方案高級總監 Olivier Legrand 說：「在 2014 年 2 月本公司已超越在亞洲擁有 5,000 萬會員的目標。在亞太區，我們認為香港市場能令業務達到策略性增長。香港的移動業務增長最高，並且是帶領亞太區邁向『流動時刻』的地方之一。」

Legrand 表示，香港 LinkedIn 網路的流量超過百分之 50 來自流動設備而非桌面裝置。香港辦事處具有多個功能，涵蓋行銷解決方案及人才解決方案，為北亞的客戶及會員提供服務。LinkedIn 相信「會員至上」的做事方式，會員來自各行各業，涵蓋金融服務、資訊科技服務、高等教育、電訊、市場推廣及廣告行業。

連繫專業人士的亞洲業務中心

Legrand 表示：「從行銷角度來看，因為香港是企業設立業務總部的集中地，2,400 多家國際企業在此設有地區總部，所以我們認為有必要在香港設點。能在本地設立辦事處，並為企業近距離提供服務對我們來說非常重要。」



Legrand 透露，香港位處亞洲中心的優越位置，也是吸引 LinkedIn 的主要因素之一。他說：「香港毗鄰台灣、日本、韓國等多個重要市場，在這裡開設辦事處有利我們發展北亞業務。」

他補充說：「LinkedIn 旨在聯繫全球專業人士，令他們工作更有效率及更成功。而香港正是人們生活、工作、發展業務、結識合作夥伴和潛在客戶的地方，這與 LinkedIn 的宗旨完全吻合。因此香港自然成為我們設點的地方。」

服務受到多方青睞

LinkedIn 的市場方案引起許多市務人員的興趣，尤其是市場解決方案及人才解決方案。國泰航空公司是個非常成功的客戶案例。兩年前國泰利用 LinkedIn 的服務增加品牌知名度，令到經常乘坐商務客位來往美國和亞洲之間的人都認識國泰航空公司。

Legrand 認為辦事處的成立過程非常快捷。他說：「在決定開設香港辦事處時，公司的財務總監找到投資推廣署幫忙。我們很高興選擇在香港設點，並以這裡為據點發展地區業務。」

LinkedIn

- 2003 年成立
- 專業人士的社交網路，全球會員人數超過三億
- 設有 23 種語文版本，包括八種亞洲語言
- 全球員工數目超過 5,400 人

linkedin.com