

# 文藻外語大學公共關係室剪報表格

資料來源：快樂工作人雜誌

刊登版面：第\_\_版

日期：107年02月07日



1991年次、畢業於文藻外語學院的林馥婷，受訓3個月，就直接當上金色三麥餐廳上海靜安店的外場主管，是金色三麥赴中國展店的第一批外派員工，也是集團內少數的空降主管。

## 23歲當上餐飲主管，她在上海邊挫銳氣邊學管理

【潘乃欣】聽到台灣的大學畢業社會新鮮人平均起薪28K，金色三麥精釀啤酒吧“SUNMAI BAR”營運主任林馥婷直言：「我從來沒拿過這麼少。」今年26歲、畢業於文藻外語學院（現在的文藻外語大學）英語系，林馥婷大四時就看準中國職場，畢業後一週，便隻身飛往上海工作。雖然薪水較同儕多，她面臨的挑戰也大。「不過，我的視野也開拓很多。不對，是超級多，」她張開雙手手臂，比出約2倍肩寬的長度，眼神帶著興奮。深知社會新鮮人像是一張白紙、沒有太多本事，個性好強的林馥婷，渴望快速在職場上立足。在她的眼裡，上海正是個能夠「挫挫銳氣」，使她「一夜長大」的大城市。林馥婷說，上海匯聚了中國各省青年，「他們都很積極、很有自信，即便只有50%的把握，也會主動爭取表現機會。台灣人就算有80%的實力，仍是對自己沒自信。」身為一個來自異地的職場新鮮人，上海的一切讓她感到新鮮，卻也不得不繃緊神經。況且，23歲那年，林馥婷到上海擔任的不是基層員工，而是金色三麥上海靜安店的外場主管。「妳幾歲？」、「妳從哪裡來？」是她最常回答的兩個問題。在金色三麥上海靜安店，除了店長由台灣外派過來，她底下的員工全是本地人。有些員工餐飲工作經驗豐富，質疑她的專業；有些員工和她同是Y世代年輕人，覺得與她格格不入，同樣不把她說的話當一回事。為此，林馥婷先學習中國人的說話方式，接著打入他們的生活，像是和他們一起叫滴滴打車去逛街，付帳時不拿現金、而是用微信支付，也上「天貓商城」購物，創造共同話題。接著，她以分享取代指導。碰到不被員工信服的當下，林馥婷選擇耐住性子，等待合適機會，親自在餐飲現場「做」給大家看，慢慢樹立起領導威信。外場工作看似簡單，不外乎端盤子、招待客人，周到的服務其實都藏在細節裡。林馥婷毫無停頓，接連舉出好幾道眉角：「當客人要求續杯飲料時，只要記住他的把手位置是在左邊或右邊，再次送上飲料時，更能對準他的使用習慣。或是，在雨天時主動替客人收傘，或在他剝完蝦子時遞上濕紙巾。」她直言，上海的餐飲市場競爭激烈，消費者選擇很多，「那裡是個適者生存的環境，客人若是滿意，就會再次光顧，不喜歡就再也不來。」林馥婷觀察，顧客的「口耳相傳」是很重要的一環。除了菜色要合胃，優質服務也是擦亮品牌的利器。台灣人「溫柔」的個性，讓林馥婷的服務力經常受到肯定。「上海人普遍覺得台灣女生講話很溫柔、做事很貼心，也因為這樣，他們容易對我的服務印象深刻，還有當地人曾經介紹他的兒子給我認識，」她大笑著回憶。

金色三麥公關黃婉旻表示，金色三麥員工的升等審核制度嚴謹，一般員工服務滿3個月，只算是「通過試用期」，但林馥婷受訓3個月，便直接當上外場主管，可謂公司內部極特殊的「跳級」案例。林馥婷坦言，直接跳級當主管，無論在服務經驗或餐飲知識，她確實還有許多不懂的地方。唯一的解方，就是直接從做中學，且一定要學得比別人更快。而這「快速學習」的功力，可以回溯到林馥婷第一份「進步很慢」的工作。畢業後，她先在上海的貿易公司擔任業務員，「前3個月，我其實什麼都不會，也找不到人教我，所以只能幫前輩們倒水、寄快遞，想辦法親近他們。」剛從學生過渡到職場，懵懂、無助的菜鳥經驗令她記憶猶新：「我甚至連寄快遞都不會，分不出急件、緩件的差別，或是要搭配陸運、空運或航運，畢竟學校也沒有教這些！」不服輸的她，養成勤於做筆記的習慣。無論幾點下班，林馥婷回家後會打開筆記本，反省自己的一天，仔細寫下沒做好的事。藉著筆記本的提醒，她每天都想趕快“KO”這些缺點，「等到我不再犯錯的那一天，我就用斜線把它槓掉，」她一面用力比擬畫線的手勢，一面形容那個當下的成就感。後來，她跨足餐飲業、成為金色三麥靜安店外場主管，直到現在回台工作，仍維持這個習慣，幫助自己愈錯愈少，也在接下新任務時愈快對焦。「你怎麼定位你自己，決定你可以爬到什麼位置。」林馥婷分享，她當年從貿易轉入餐飲業，確認自己喜歡這個行業後，便決心不只當個waitress，要向餐飲職人看齊，想辦法做到那樣的高度與深度。「餐飲業在入行時靠勞力，做久了反而靠腦力。就像米其林餐廳的waiter，他們不但能優雅送菜，還可以一面介紹菜色、食材，靠的就是用心投入才能換得的經驗與本事，」她舉例。2016年底，她回台接下金色三麥旗下新品牌——精釀啤酒吧“SUNMAI BAR”營運主任一職。為求專精，她盡快鑽研品酒知識，並考取合格率極低的國際侍酒師證照，除了自我證明，也希望能鼓勵更多同事朝著餐飲職人的目標精進。未來，林馥婷不只期許自己繼續在「餐飲業」耕耘，更要成為一個「餐飲專業工作者」。她認為，台灣餐飲業應該朝這個方向發展，而她也正走在這條路上。