

美式作風 與員工稱兄道弟

專訪

【記者彭慧珊專訪】聽到「味全」，你想到什麼產品？你知道張艾嘉「家裡有一頭牛」的廣告嗎？還記得日前風靡一時的康師傅泡麵嗎？林鳳營鮮乳、每日C果汁、36法郎、貝納頌，這些都是味全的產品，也是市場上的領導品牌，而這位替味全培養出多項營收超過5億品牌的幕後功臣，就是味全的總經理蘇守斌校友。

1957年生的蘇守斌，畢業於本校數學系數理統計組，並於當兵後再度進入本校管理科學研究所就讀，他笑容滿面、絲毫看不出真實年紀，很難相信他經歷過淡江從文理學院升格為大學的階段。大學時期的蘇守斌，曾是數學系數理統計組的系學會會長，正由於擁有這樣的經歷，讓他培養出周延的規劃與溝通說服的能力。不過讓他印象最深刻的，是他在宮燈上課的那一段時間。他最喜歡下課躺在教室外的草皮上曬太陽，觀察路上的行人，享受大自然的生活，然而每天上下課必經之路——克難坡及當時的淡水火車站（現已拆除），更是他與同學們相聚聊天的好地方。

畢業後，蘇守斌曾短暫地在一間本土的貿易公司工作，後來在報紙上看見P&G（寶僑）公司在台灣首次招募的廣告，抱著姑且一試的心態前往應徵，沒想到便幸運的打敗眾強敵，順利進入P&G外商公司，由品牌助理一步步做起，進而爬到經理的位置。他在P&G工作了9年，這樣的外商背景對他影響頗大，他將在外商公司所學到的知識及文化，帶入了味全公司，也灌入了新的氣象，改變了味全的企業文化。挾著豐富的行銷概念，他很神奇地把已超過50高齡的味全重新變成一個生氣勃勃的「年輕人」。

在味全沒有一絲高官架子的蘇守斌，秉持著一切簡單、不必拘泥的美式作風，公司內的員工直接稱呼他「Michael」，有時還會稱兄道弟、互搭肩膀哩！他回想剛開始進入味全時，發覺味全的人很客氣，不習慣作決定，甚至很少聽到員工的建議，讓他不習慣。他是個非常重視員工聲音，並鼓勵員工勇於提出意見的人，他認為公司要發展，就需要與員工有著良性的互動與溝通。但當時的味全人很被動，不像在外商公司會直接批評產品的利弊得失，或是主動分享想法及經驗，所以他在當時就不停的誘導

員工開口、激發創意，並且一口氣拔擢了十幾位六年級生擔任中階幹部，為的就是藉由年輕熱血的注入，進一步賦予味全全新的企業文化及生命力。

蘇守斌認為，當遇到一件case難題時，不要只是給老闆一個問題，要順便找出所有的答案，而這答案應包括如何解決，各種措施，各種不同的方法來獲取更多利潤等方案。做任何事情，一定都會有決策，而你逐步依照一定的組織模式、問題的原由、問題的思考及最後的執行的程序來完成每件case。其實這是一種有計畫的學習，因為他在P&G公司工作時，主管在意的是你是否完成任務。而完成的過程就必須經過縝密的思考及計畫，所以當他進入味全公司後，就將這過程交付給每位員工，讓員工可以有更高的組織力、思考力、執行力來達成各項任務。

究竟蘇守斌的用人標準是如何呢？他表示：「態度」很重要！也就是「Can Do」的工作態度，這是一種你願意做，不管從事什麼工作，都抱持著學習的正面態度，即使不會也願意從學習過程中發掘更多新的創意。而味全是重視人才的企業，經營理念為「以人為本，尊重、創新、價值」，也就是從對人的關心為出發點，尊重是基礎，創新是過程，價值是結果，而這樣的理念，就是為了達成他們的新願景「全心承諾，創造健康便利的生活文化」。

最後蘇守斌鼓勵認同味全企業文化的淡江人，可以在日後加入味全這個大家庭，大家一起為這個走過半世紀的味全，重新擦亮招牌！

2011/07/22

美式作風 與員工稱兄道弟蘇守斌 重新擦亮味全招牌
(記者彭慧珊攝)

