

<<星巴克咖啡帝国传奇>>

图书基本信息

书名：<<星巴克咖啡帝国传奇>>

13位ISBN编号：9787113094973

10位ISBN编号：711309497X

出版时间：2009-1

出版时间：中国铁道出版社

作者：程德胜

页数：102

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<星巴克咖啡帝国传奇>>

### 内容概要

对于喜欢咖啡的人来说，星巴克是一个怎么也无法绕过的名字。

1971年，在美国西雅图，杰拉德·鲍德温和戈登·波克两位热爱咖啡的人开设了第一家咖啡豆和香料的专卖店公司，此后16年内，公司并没有大的发展，直到霍华德·舒尔茨斥资400万美元重组了星巴克，才推动了公司的成功转型。

霍华德·舒尔茨以自己的完美理念来经营星巴克，把自己的梦想和价值观注入到了公司的长远发展中。

霍华德·舒尔茨是位“草根平民”，他并没有任何家庭背景和社会关系可以凭借和依靠。但就是这样一个人，却敢于怀有最大的梦想，并努力将之变成现实。

在霍华德·舒尔茨的带领下，经过短短20多年的发展，星巴克已由昔日西雅图的一条小“美人鱼”，摇身变成遍布全球40多个国家和地区，拥有13000多家连锁店、145000多名伙伴（员工）的“绿巨人”，其股价攀升了22倍之多，收益竟然超过了通用电气、百事可乐、可口可乐、微软以及IBM等巨型公司。

如今，星巴克公司已成为全球一流精制咖啡的零售商、烘烤商及一流品牌的拥有者，它的成长历程让《财富》、《福布斯》等世界顶级商业杂志津津乐道。

一杯小小的咖啡何以如此生猛？

星巴克究竟是怎样从一个名不见经传的小公司发展成为引领全球的咖啡帝国的呢？

到底又是什么秘密在推动着公司的发展？

星巴克是三眼国际企业案例研究中心一直比较关注并长期跟踪研究的公司之一。

我们愿意和大家一起，跟随星巴克的创始人兼全球董事长霍华德·舒尔茨的脚步，一起来探求其成功的秘密！

相信，所有有志于创建伟大公司的人都能够从中吸取养分。

## <<星巴克咖啡帝国传奇>>

### 作者简介

程德胜，资深企业管理专家，三眼国际创意文化传播机构董事长兼联席总裁，德胜营销品牌顾问机构首席顾问。

程德胜早年在国内多家知名企业从事高层管理工作，积累了丰富的企业管理、市场推广和品牌运营的经验；创办三眼国际后，秉承“服务千万企业、助力经济腾飞”的使命，实实在在地为中国企业提供针对性的解决方案，是国内不可多得的实战派专家；同时，程德胜对青少年的成长教育研究颇深，期望以自己的经历为广大年轻人指出一条成功之道。

## <<星巴克咖啡帝国传奇>>

### 书籍目录

第1章 重新发现咖啡 1.1 星巴克的概况 1.2 星巴克的“双亲” 1.3 够了并不是足够 1.4 早期创办者的商业哲学 1.5 早期星巴克的不足之处 1.6 债务危机的深刻教训 1.7 我不需要坐拥大股第2章 彻底改造一种商品 2.1 第三个好去处 2.2 星巴克永远都属于他们 2.3 独特的发展策略 2.4 企业价值的印记 2.5 注重当下体验 2.6 不打广告的营销 2.7 成就品牌的伟大秘密 2.8 加强控制与拓展商机的两难境地 2.9 早期坚守的四大原则 2.10 信条与变通的价值 2.11 冒险争取商机 2.12 组建战略联盟 2.13 价值观不随销售发展而枯萎 2.14 积极赞助社区和环保 2.15 供货商就相当于合伙人 2.16 既正宗又创新 2.17 国际化营销的思路 2.18 担负起社会责任 2.19 环境道德与基本生意冲突时怎么办第3章 服务于顾客 3.1 以顾客为尊 3.2 注重客户感受 3.3 提供全面而优质的服务 3.4 出售的不仅仅是产品 3.5 卓越服务的价值 3.6 神秘顾客制度 3.7 互动式服务 3.8 自助式服务第4章 建立和谐的劳资关系 4.1 最具优势的竞争手段 4.2 非常培训 4.3 让员工成为公司合伙人 4.4 以人为本, 尊重人才 4.5 别挡住下属的进取精神 4.6 让员工多贡献些主意 4.7 快速发展对个体的伤害 4.8 咖啡公司做起了音乐生意 4.9 工作轮换, 促进组织发展 4.10 保持有效的情感沟通 4.11 牺牲“小我”, 才能换取“大我”第5章 塑造完美的领导力 5.1 找到搭档, 分担使命 5.2 不能自己包打天下 5.3 做一个大家愿意追随的人 .....附录 星巴克的发展历程

## <<星巴克咖啡帝国传奇>>

### 章节摘录

插图：第1章 重新发现咖啡1.1 星巴克的概况对于爱喝咖啡的人来说，星巴克是一个再熟悉不过的名字了。

但是，并不是每个人都能了解星巴克名字的来源及其商标的含义。

1. 名字的来源星巴克的名字最早来源于19世纪美国文坛杰出大师赫尔曼·梅尔维尔的经典著作——《白鲸——莫比·迪克》。

在决定使用“星巴克”这个名字之前公司的领导人曾讨论了很久，星巴克的三位发起人中，有位酷爱文学的作家，他是在名著《白鲸》中找到的灵感，星巴克就是这部小说中“毕阔德”号上爱喝咖啡的大副史塔波。

如今星巴克标志中央的“美鱼人”，就和史塔波有着密切的关系。

2. 星巴克的商标星巴克的商标共有两种版本。

第一种版本源自一幅16世纪斯堪的那维亚的双尾美人鱼木雕图案，她有赤裸乳房和一条清晰可见的双重鱼尾巴，商标的颜色为棕色。

后来，星巴克与霍华德·舒尔茨先生所创立的天天咖啡合并，换成了新的商标。

第二种版本，仍然沿用了原来的美人鱼图案，但有了些许的修改，它没有赤裸乳房，商标颜色也改成绿色。

就这样，融具原始星巴克与天天咖啡的双重特色的商标就诞生了。

## <<星巴克咖啡帝国传奇>>

### 媒体关注与评论

我不在办公室，就在星巴克，我不在星巴克，就在去星巴克的路上。

——小资语录 你相信吗？

激情加上理想主义就可以成就一个伟大的事业。

星巴克就是这样走过来的。

在霍华德·舒尔茨的带领下，星巴克一直致力于一个理想：让顾客找到心灵依托，让员工找到终生信赖。

——三眼国际创意文化传播机构联席总裁兼首席创意官 张勇 霍华德·舒尔茨来自草根平民，他并没有任何家庭背景和社会关系可以依靠。

但就是这样一个人，却敢于做最大的梦，并努力将之变成现实。

——三眼国际创意文化传播机构董事长兼联席总裁 程德胜

## <<星巴克咖啡帝国传奇>>

### 编辑推荐

公司旗下的企业案例研究中心立足于全球化背景下的中国企业现状，《星巴克咖啡帝国传奇》通过实地调研，深度挖掘中国企业的成功之道，探讨企业面临的困境和挑战，为中国企业的管理实践提供第一手素材。

<<星巴克咖啡帝国传奇>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>