

<<将心注入>>

图书基本信息

书名：<<将心注入>>

13位ISBN编号：9787213031830

10位ISBN编号：721303183X

出版时间：2010-03

出版时间：浙江人民出版社

作者：[美] 霍华德·舒尔茨,[美] 多利·琼斯·扬

页数：245

译者：文敏

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>

## <<将心注入>>

### 内容概要

《将心注入》想要告诉读者的是，我们如何在自己的经历中学到了关于经营企业与生活的某些重要的课程。

我希望，这些见识会有助于那些正在创办企业和追求生活梦想的人。

我的最终目的是通过这本书，能够让人们重新振奋起来去追求自己的梦想，听从自己的心灵，即使遭人讥笑也无所顾忌。

不要轻易就被否定意见打倒，别让尝试的赔率吓倒了你。

如果你倾心投入于自己的工作，或者任何值得为之努力的事业，你就有可能实现在他人看来不可能实现的梦想。

生活因此会变得很有意义。

## <<将心注入>>

### 作者简介

1982年时，舒尔茨是一家生产厨房设备的瑞典公司的副总裁兼美国分公司经理。

一次，他在西雅图的星巴克咖啡馆被手磨的、现调配的咖啡所吸引。

几乎在一瞬间，舒尔茨就决定与神奇的咖啡签下终生契约。

舒尔茨加盟星巴克后成为市场与零售部经理。

到1987年，舒尔茨买下了星巴克，然后将其调教成全美“领先的零售商、美味蛋糕的提供者及独具魅力的咖啡品牌”。

霍华德·舒尔茨是Maveron LLC风险投资集团的创始人之一，Maveron LLC的第一笔投资是目前全球最大的个人网上交易社区Ebay。

2001年，作为一名狂热的体育爱好者，舒尔茨和一群个人投资者建立了西雅图篮球俱乐部集团。

同年，集团购买了NBA的西雅图超音速队和WNBA的西雅图风暴队。

2004年6月，舒尔茨当选为梦工厂动画SKG公司的董事会成员。

<<将心注入>>

书籍目录

前言卷一 重新发现咖啡第一章 想象，梦想和卑微的出身第二章 丰盛遗产持续长久第三章 对意大利人来说，浓缩咖啡就像一支咏叹调第四章 “幸运只在规划后现身”第五章 说“不”者别想做大事业第六章 企业价值的印记卷二 重塑咖啡经验第七章 睁着眼睛实践梦想第八章 能抓住你想象的东西，同样能使别人着迷第九章 人不是串在线上的物件第十章 万丈高楼始于一石一木第十一章 别让比你聪明的人吓倒第十二章 信条与沟通的价值卷三 更新企业精神第十三章 华尔街评估的是公司市值，而非价值第十四章 既然重新创造，何不重塑自己？第十五章 别阻挡属下的进取精神第十六章 击出一个漂亮的本垒打之后的自我超越第十七章 价格危机考验公司价值观第十八章 建立品牌的最佳方式在于：每一次面对每一个顾客第十九章 为两千万新顾客冒险：值！  
第二十章 做大之后如何保持小企业的优势第二十一章 企业怎样担负起社会责任？  
第二十二章 怎样避免落入千篇一律的饼干模子第二十三章 别人叫你盯住什么，你可别变得近视第二十四章 跟着心灵前行致谢

## &lt;&lt;将心注入&gt;&gt;

## 章节摘录

价值观胜过商业模式 / 陈雪频 一个典型的MBA毕业生在听到一个创业计划的时候，问的第一句话通常是：“你的商业模式如何？”

接着，他会用在商学院学到的一些战略模型、营销模型和财务模型把这个“商业模式”分析一通，至于这个商业模式背后的价值观和创业激情往往是被忽视的。

这是一种典型的商学院思维，大多数职业经理人也是这么做的。

但这一套办法并非总是奏效，特别是对于那些创造了一个新兴市场的企业而言更是如此。

这也从某种角度解释了为什么大多数最具创新性的公司——比如英特尔、微软、苹果、西南航空、耐克和星巴克——的创始人或CEO都不是MBA毕业生。

他们通常都是创造案例而不是学习案例的人，他们的“商业模式”都是事后总结而不是事先规划出来的。

当28岁的霍华德·舒尔茨第一次走进星巴克位于西雅图的店面时，吸引他的是星巴克咖啡豆的香气。

当时的星巴克拥有四家店面，老板是因为喜欢咖啡才做这笔生意的。

他们宣称要提供美国最好的咖啡豆，赚不赚钱倒是次要的，而且当时星巴克并不卖咖啡饮品。

如果舒尔茨当时刚从商学院毕业的话，他大概不会去放弃一份收入不菲的工作去星巴克工作的。

依照商学院的传统思维来看，星巴克当时的“商业模式”并不吸引人。

吸引他的是星巴克创始人的核心价值观和发自内心的热情，而他希望把这种价值观传达给别人。

因为价值观，舒尔茨来到星巴克出任市场主管工作；因为价值观，舒尔茨离开了星巴克自立门户，几年后将星巴克收购；因为价值观，舒尔茨创造了一种新的商业模式和代表生活方式的咖啡文化；因为价值观，星巴克成长为一个既“可敬”又“可爱”的品牌。

在舒尔茨的自传《将心注入》中，他还描写了许许多多星巴克发展中的故事。

看完了这本书，给我印象最深的不是星巴克的“商业模式”，而是在商业背后那些活生生的人，他们满怀热情，追求梦想，敢于尝试一些未知的事情，坚持核心价值观，从而成就了一个品牌。

对舒尔茨的直接感受则来自于他本月初在上海国家会计学院的一次演讲。

在那次演讲中，他讲了他小时候父亲因为受伤而失去福利保障的例子，讲到他在星巴克开创了每一个雇员都拥有公司股份的先例。

星巴克的很多商业模式都在他个人的价值观中找到了答案。

那次演讲打动了在场所有的人。

因为他们看到的不仅仅是一个成功的商人，而且是一个让人尊敬的人，他个人的魅力甚至是星巴克品牌魅力的一部分。

星巴克的故事也说明了一个道理，那些关注个人的企业不仅会让人更加喜欢它，在财务上也可以是完全成功的。

“鞋子是真实的，而利润只是一个结果。”

德鲁克曾经说过这样一句话。

在非常看重股东权益的今天，这一点值得所有企业深思——“利润”背后是“鞋子”，而“鞋子”背后则是“人”。

这些人心怀梦想，坚持某种价值观，这是所有成功品牌背后隐秘的力量。

在《将心注入》这本书里面有一句话：“如果你根据空气动力学来研究蝴蝶，它不可能飞起来。”

这是因为蝴蝶不懂这个道理，所以它飞起来了。

这句话对于热衷于研究商业逻辑的人同样具有启发意义——很多事情是实践创造出来的，而不是计划和分析出来的。

我们需要学会将心注入 / 于清教 两天看完了霍华德·舒尔茨的《将心注入》，恰巧也看到中坤集团董事长黄怒波在《中国企业家》杂志07年3-4期合刊的“CEO人生”中，他也



<<将心注入>>

编辑推荐

其它版本请见：《将心注入》

<<将心注入>>

#### 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>