

《星巴克咖啡王国传奇》

图书基本信息

书名：《星巴克咖啡王国传奇》

13位ISBN编号：9787208034358

10位ISBN编号：7208034354

出版时间：2000

出版社：上海人民出版社

作者：[美]霍华德·舒尔茨

页数：266 页

译者：韩怀宗

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《星巴克咖啡王国传奇》

内容概要

本书是美国最著名的顶级咖啡连锁店星巴克的总裁霍华德·舒尔茨的自传。叙述了作者如何被星巴克吸引、收购星巴克、进行改良及拓展市场，从贫民奋斗到跨国公司总裁的经历。

《星巴克咖啡王国传奇》

精彩短评

1、【HR】员工福利优先贫民安置房：环境不错，但没有人因为住进来而感到骄傲不受尊重，对未来不确定，对公司没有安全感以诚待人并有高度情操的公司员工获得好待遇，以工作为自豪，离职可能性较低，流动率低于业界均值一半，士气也能提高。剩下新人培训费用，加强一线员工与顾客关系，员工与公司一条心，服从理念，全心投入工作。在工作上得到满足，有自尊，对公司、家庭、社会都更有益。全美零售/速食连锁店，员工每年的流动率高达150-400%，而星巴克吧台师傅的更换率是60-65%，店经理25%。中低层往往有大胆、前瞻的看法。高层应该听他们的意见，择优执行。公司上下目标明确而互信，拼劲十足。聘请更有经验的人要找曾经做过相关事业的人来帮你，不仅有才干，还要有经验。不要怕对好顾问暴露自己的弱点。克制自己不要干扰专业人员的行动。不要聘请唯唯诺诺的助手，他们唯命是从，取悦你的自尊心，但无助于公司成长。不要害怕“功高震主”。应该聘请的人：有自信、有胆识，不怕与上级辩论。我聘请你是因为你比我聪明，现在就看你如何证明自己。跟上公司快速成长脚步，多学习、我们不是要填报职员们的肚皮，而是要喂饱他们的心灵。咖啡在好喝也是人做出来了，人的素质直接影响到产品好坏和对客人的态度。星巴克的枯荣完全在“人”的手里，产品是没有生命的。主见很深的领导人要提醒自己有所抑制，不要在员工创新理念开花结果以前封杀。由一线员工发现的庞大商机。创业人无法从初期的冒进精神，升华到专业化管理。善于创业，却拙于治理日益庞大的公司创业历程：1说服别人投资我的咖啡梦想 2变成创业人，业务高速增长后成为3专业经理人，不断放权（有“雅量”，舍得不断下放决策权）4领导人，啦啦队长、火种守护神、未来规划人，不让一切讲求实效的体制浇灭创业初期的理想和冲劲先对职员、而不是对消费者，建立品牌形象使命考核团队：维护初心分清事情的方向与轻重缓急【MKT】第三个好去处开业前邀请邮购客户参加开幕典礼。邮购客户不嫌麻烦，忠诚度很高，也可能有钱有闲影响左右潮流的人，创造流行花钱猛打广告，制造自己应付不了的人潮，是不明智的产品导向、人本导向、价值观导向，而非行销导向在进入新城市前，在当地营造一股迎接我们的热情，让开业前夕就开始谈论星巴克。聘请当地公关公司协助了解民情、文化、市民最关切的问题，设计该城市特性的设计元素融入社区机制：慈善请该城市的亲朋好友担任星巴克大使，大股东、邮购客户、慈善分支机构、媒体记者、美食评论家、知名主厨、各大餐厅老板，携同家人星巴克的竞争力，是用来和其他大型食品公司竞争，而不是淘汰社区里的小咖啡馆。同一社区应有不同风格的咖啡馆，共同滋阴人潮，满足人际互动的需求，选择多样，大家都有生意做。反对同质化，星巴克应关心本地，成为社区资产而非负债【product】喝咖啡的乐趣在于泡的过程peet's coffee and tea: 除了贩卖烘焙好的咖啡豆，还知道客户如何磨豆、如何泡煮咖啡如果做市场研究，会告诉你不是介入的好时机，因为没有需求。这时要创造市场需求。星巴克的崛起配合了“第三个好去处”的社交趋势，供给吻合、也创造了需求。教育客户去喜欢他，而不是迎合市场需求。要博得消费者认同，业者务必展现渊博的专业知识，并未求知欲强的消费者指点迷津。攻进新市场：提供最好的产品、服务、气氛、小册子，重视和客人的互动关系邮购业务：为尚未进入的地区，预先培养一批爱用者，并拓展商誉。归纳统计邮购客户资料，找出星巴克在哪些城市或社区有最多忠实顾客，成为开新店的重要参考。起初以为大家就是爱喝重口味的咖啡，后来发现有以下卖点：浪漫的味道（异国情调），负担得起的奢侈（底层的人和上层的人一样，2美元犒赏自己世界级的享受），众人的绿洲（亲切、静思、疗伤绿洲），悠闲的人际互动（寻找social的感觉，不具威胁的聚集场所）民众需要非正式的公共场所，供交友、聊天、聚集、解脱，暂时抛开家庭和工作的压力。德国-啤酒屋，英国-小酒吧，法意奥美-咖啡馆。对此的回应——增建较大店面、提供更多座椅。原定位：提供办公区快速服务，强调外带杯、站立桌。后来：住宅区——和善、交谊，年龄少长觉得酒吧太吵、太煽情、龙蛇混杂，而咖啡馆窗明几净，没有醉汉和闹事者，安全而浪漫，甚至有人在此举办婚礼。疏忽不同客户层的需求。只要是合法、道德的事，我们都不吝于取悦客户。（并非自甘堕落）保持质量--保持口碑--客源（由专家扩散到群众）；保持员工士气发迹于北方，忽视冰品市场，浓稠度不够，没有绵细口感热咖啡的替代品，吸引不喝咖啡的消费者大公司开发新产品的惯用手法：彻底分析，需求调研，繁文缛节。而非自主创新。产品导向的公司，如果要持久经营，就必须不断抢先一步、推陈出新咖啡味冰淇淋上市第一个月就挤下哈根达斯成为品类第一与其抢破头，不如扩大需求面竞争优势：员工素质及与客户互动关系不是经营一项“卖咖啡给客人”的事业，而是“以人来卖咖啡”的事业创新、扩大产品链，是否会“迷糊了本业焦点”正统咖啡馆 vs 另类/华丽咖啡馆求快的客人 vs 想要安静打发时间的客人a级店 1400平方英尺b级店小型咖啡吧 breve bar：店中店，大厦hall里前台双倍浓

《星巴克咖啡王国传奇》

缩咖啡 doppio 8平方英尺【business】与其举债筹款，不如变卖股票。经营权受到一定挑战，但不会限制公司发展与创新。上市公司筹资方便，但财务公开、碍手碍脚。入股筹资：零售业是资金高度密集行业，为了建立行销网络，需不断投注庞大资金来扩展自有/承租店面。每次募集展业资金，股权就被稀释。投资者为何下注：看中了创业者的热情，而不是构想。进了公司就抛开自我意识，相互合作，彼此启发随着经验积累，店面成长速度会越来越快为未来成长预先投资，准备一套亏损期的过渡方案：先建立一个足以应付未来扩张所需的系统。成长三大支柱：聘请超出目前所需的专业经理人才，兴建一座世界级烘焙厂，开发一套分析营收的信息系统。“只要有点耐心，在挺两年就不痛了”选点：商业办公点、人潮拥挤去、郊区购物中心、社区与各城市的房地产中介合作选点。直营VS加盟：直营需要自有资金承租和装修，经营成本高，但能把控品质，以及和客户的互动关系。失败经验：未筹足资金投资未来，一开始就大搞加盟使得品质失控，为了省钱用人不当，扩店地点失败，店面不赚钱未能及时关闭许多生意幻想家，做上公司领导人宝座，却因理想无法执行而告失败。创业热情 vs 老练管理（建立运作体系）公司负责人纲领：追求长期最大利益，关心决策正确性。上市后：成了股市的奴隶。股价暴跌是投资人反应过度所致。购买代替竞争，更能因地制宜向创业基金筹措扩展所需基金扩展店面所需的软硬件设备和资金先期ready，引擎一旦发动就停不下来飞黄腾达一路顺利就会忘记求新求变以及拒绝改革灌装咖啡：“与百事可乐五五分账的合伙事业”，虽然当时百事可乐的年营业额是星巴克的165倍，达到330亿美元咖啡豆涨价危机：原材料暴涨，是否囤货？两害相权取其轻借经历危机，重整公司的运营效率创意上的投资需要财力问题一旦发生，不仅要解决，更要提出高瞻远瞩的办法应付利空。需要一套应付危机的机制，光有一个领导人的巧思是不够的【鸡血】一旦洞悉别人未察觉的远景，不管他人如何说不，都要想办法让梦想成真。不要忘了为自己创造机会，跳出碍手碍脚的环境。成功企业的背后，有人做过勇敢的决策。我能做什么，是自我评估的标准。我完成了什么，是别人评估我的标准。化险为夷：坚持自己的理念不要退让，胆大心细站在公平的一方，如果周遭都是正派人士，终究会反败为胜。夜间神志不清做梦的人，醒来一场空。白天寻梦的人，睁开双眼，实践梦想。置身未经历的危机，才是考验本性的时机

2、浙江人民出版社《将心注入》在这里<http://www.douban.com/subject/1499783/>

3、这本书告诉我们的不只是一个企业的成长史。更让我们感受到一个咖啡馆成为一个全球知名品牌的思想精髓。从买咖啡原料到买咖啡饮料，不是一个简单的转变，更是一个高瞻远瞩的选择定位。星巴克在40年的时间里，将一个人鱼头像的咖啡杯传奇的席卷了全球，开设了超过2万家店面。它的股票一上市就一路飙升，曾一度超过像可口可乐这样的百年品牌，最高时达到近300倍的市值。它的成长历程里的核心就是让每个为星巴克做出贡献的人成为行星星巴克的股东。在这样的理念推动下，星巴克的发展几乎是不可阻挡的飓风，刮到哪儿都能造成剧烈影响~一个老板的思维怎能抵过上万个老板的思维呢~~~想要成就咖啡梦想的朋友这本书值得一读~~~

4、这是一个关于通过奋斗实现自己理想的故事，是一个充满了理想主义色彩的故事，故事的主人公虽然是一家国际大公司的总裁，但并不是“利润”，“收入”这些在吸引着他在这个王国里施展自己的抱负，而是一种理想，一种为了让更多人有一个介于家和办公室之间的延展的闲适的空间的理想。

5、这本书其实就是Pour Your Heart into It的中文版本。<http://www.douban.com/subject/1507257/>上海人民出版社2000年4月出版 印量8000。

章节试读

1、《星巴克咖啡王国传奇》的笔记-第10页

【HR】

员工福利优先

贫民安置房：环境不错，但没有人因为住进来而感到骄傲
不受尊重，对未来不确定，对公司没有安全感

以诚待人并有高度情操的公司

员工获得好待遇，以工作为自豪，离职可能性较低，流动率低于业界均值一半，士气也能提高。剩下新人培训费用，加强一线员工与顾客关系，员工与公司一条心，服从理念，全心投入工作。在工作上得到满足，有自尊，对公司、家庭、社会都更有益。全美零售/速食连锁店，员工每年的流动率高达150-400%，而星巴克吧台师傅的更换率是60-65%，店经理25%。

中低层往往有大胆、前瞻的看法。高层应该听他们的意见，择优执行。

公司上下目标明确而互信，拼劲十足。

聘请更有经验的人

【MKT】

第三个好去处

【product】

喝咖啡的乐趣在于泡的过程

peet's coffee and tea: 除了贩卖烘焙好的咖啡豆，还知道客户如何磨豆、如何泡煮咖啡

如果做市场研究，会告诉你不是介入的好时机，因为没有需求。这时要创造市场需求。星巴克的崛起配合了“第三个好去处”的社交趋势，供给吻合、也创造了需求。

教育客户去喜欢他，而不是迎合市场需求。

要博得消费者认同，业者务必展现渊博的专业知识，并未求知欲强的消费者指点迷津。

攻进新市场：提供最好的产品、服务、气氛、小册子，重视和客人的互动关系

邮购业务：为尚未进入的地区，预先培养一批爱用者，并拓展商誉。归纳统计邮购客户资料，找出星巴克在哪些城市或社区有最多忠实顾客，成为开新店的重要参考。

起初以为大家就是爱喝重口味的咖啡，后来发现有以下卖点：浪漫的味道（异国情调），负担得起的奢侈（底层的人和上层的人一样，2美元犒赏自己世界级的享受），众人的绿洲（亲切、静思、疗伤

《星巴克咖啡王国传奇》

绿洲)，悠闲的人际互动（寻找social的感觉，不具威胁的聚集场所）

民众需要非正式的公共场所，供交友、聊天、聚集、解脱，暂时抛开家庭和工作的压力。德国-啤酒屋，英国-小酒吧，法意奥美-咖啡馆。

对此的回应——增建较大店面、提供更多座椅。

原定位：提供办公区快速服务，强调外带杯、站立桌。

后来：住宅区——和善、交谊，年龄少长觉得酒吧太吵、太煽情、龙蛇混杂，而咖啡馆窗明几净，没有醉汉和闹事者，安全而浪漫，甚至有人在此举办婚礼。

【business】

与其举债筹款，不如变卖股票。经营权受到一定挑战，但不会限制公司发展与创新。上市公司筹资方便，但财务公开、碍手碍脚。

入股筹资：零售业是资金高度密集行业，为了建立行销网络，需不断投注庞大资金来扩展自有/承租店面。每次募集展业资金，股权就被稀释。

投资者为何下注：看中了创业者的热情，而不是构想。

进了公司就抛开自我意识，相互合作，彼此启发

随着经验积累，店面成长速度会越来越快

为未来成长预先投资，准备一套亏损期的过渡方案：先建立一个足以应付未来扩张所需的系统。成长三大支柱：聘请超出目前所需的专业经理人才，兴建一座世界级烘焙厂，开发一套分析营收的信息系统。

“只要有点耐心，在挺两年就不痛了”

【鸡血】

一旦洞悉别人未察觉的远景，不管他人如何说不，都要想办法让梦想成真。不要忘了为自己创造机会，跳出碍手碍脚的环境。

成功企业的背后，有人做过勇敢的决策。

我能做什么，是自我评估的标准。我完成了什么，是别人评估我的标准。

化险为夷：坚持自己的理念不要退让，胆大心细站在公平的一方，如果周遭都是正派人士，终究会反败为胜。

夜间神志不清做梦的人，醒来一场空。白天寻梦的人，睁开双眼，实践梦想。

2、《星巴克咖啡王国传奇》的笔记-第91页

几天后，我发觉星巴克的员工士气比想象中还低落，相当可怕。我离开后的20个月，公司上下，歧见加剧，派系林立。当初的互信基础及打拼干劲，荡然无存。因此，首要之务是重建员工和管理阶层的信任感和相互尊重，如果无法提高员工士气，职员不肯为我的发展计划打拼，再大的策略也只是纸上谈兵，无法执行。

《星巴克咖啡王国传奇》

3、《星巴克咖啡王国传奇》的笔记-第121页

亏损对老字号公司，是个警讯，但刚创业的年轻公司，为将来成长而预先投资，所造成的赤字，倒是个健康现象。唯有先建立一个足以应付未来扩展所需的系统，才能迎接成长的来到。

4、《星巴克咖啡王国传奇》的笔记-第56页

霉运总是在意志消沉时出现，幸运总是在规划后现身。——Branch Rickey

5、《星巴克咖啡王国传奇》的笔记-第64页

时运好坏或许是成功与否的要素之一，但是千万不要忘了为自己创造机会，一旦洞烛众人未发现的先机，就得跳出碍手碍脚的环境。梦想是一回事，时机一到，就要舍得离开熟悉的环境，追寻自己的“乐风”。这就是我1985年做下的重大决定，如果我舍不得跳离温室，星巴克绝对成就不了今日的规模。

《星巴克咖啡王国传奇》

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:www.tushu111.com