

# 《一杯咖啡的商業啟示》

## 图书基本信息

书名：《一杯咖啡的商業啟示》

13位ISBN编号：9789861342583

出版时间：2015-7-27

作者：永井孝尚

页数：103

译者：吴佳玲

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](http://www.tushu111.com)

# 《一杯咖啡的商業啟示》

## 內容概要

在供給面已經飽和的市場，有沒有可能再創新獲利模式？

為什麼抱持「顧客至上」的經營方針，可能會讓公司陷入絕境？

一杯咖啡所能教你的，遠比你想像得多！

說到咖啡，雖不至於人手一杯，但如今早已是大街小巷都可輕鬆買到的飲料。然而，一杯咖啡卻也因為販售的方式、價格、通路的不同，衍生出多樣型態的商業獲利模式。

例如罐裝咖啡、便利商店咖啡、商圈街道上的平價咖啡，以及專攻辦公室員工的雀巢咖啡。此外，還有賣的不只是咖啡，而是將咖啡打造成一種生活風格，吸引顧客消費的星巴克咖啡，以及為滿足更加執著咖啡風味的顧客而出現的「第三波浪潮咖啡」。

# 《一杯咖啡的商業啟示》

## 作者簡介

### 作者簡介

#### 永井孝尚

1984年於慶應義塾大學工學院畢業後，進入日本IBM公司任職。

1991年起負責IBM大和研究所的商品企畫，但由於泡沫經濟破滅而經歷大苦戰。除了行銷宣傳之外，更以業務員身分奔走日本全國各地，三年內取得許多大規模開發計畫。

1998年起轉任市場行銷經理，徹底執行並推廣以「價值主張」為基礎的行銷策略，在IBM達成日本市占率第一及市場認知度第一方面有莫大貢獻。

2013年離開服務30年的日本IBM，成立企管顧問公司「永井辦公室」，提供企業有關行銷與經營戰略的演講與進修課程。其著作《百圓可樂如何賣千圓》系列相關作品，在日本銷售超過50萬冊。

### 譯者簡介

#### 吳佳玲

輔仁大學會計系畢業，文化大學日本研究所碩士。曾任職於知名日商公司，並赴日本工作，也曾擔任教職與日文口譯人員。熱愛日文及美食。

# 《一杯咖啡的商業啟示》

## 書籍目錄

### 本書目錄

推薦序 如同一齣精彩的日劇，令人欲罷不能 \ 何炳霖

導讀 深入淺出，輕鬆學會商學知識 \ 詹文男

前言 一杯一千日圓的咖啡?!

第一杯 羅多倫咖啡，不是以「低價策略」取勝  
實現藍海策略的四個行動

第二杯 罐裝咖啡，旁門左道？UCC咖啡成功之因  
問卷調查也得不到的顧客需求

第三杯 麥當勞用優質烘焙所著眼的目標  
投資組合概念思考的局限

第四杯 一度迷失，重拾核心價值的星巴克  
提升經營績效與業績惡化的兩難

第五杯 雀巢為何要免費提供咖啡機？  
可以持續產生收益的「吉利模式」

第六杯 五度嘗試才成功熱賣的SEVEN咖啡  
認清自己的強項比顧客的問題更重要

第七杯 藍瓶咖啡掀起的第三波咖啡浪潮  
開放與分享所創造的新市場

第八杯 顧客為什麼要在咖啡店消費？  
新產品設計以三種層次考量

第九杯 是短期獲利，還是永續經營  
企業的社會貢獻與行銷3.0

第十杯 星巴克幾乎沒花錢打廣告的理由  
強化與顧客的連結，打響品牌

結語 新的任務？

後記 「自家公司的精神」是什麼？

附錄 本書所根據的經營戰略理論

# 《一杯咖啡的商業啟示》

## 精彩短評

1、TOTORU UCC 星巴克 雀巢 BLUE BOTTLE 7-11 麦当劳的咖啡案例（读的日文版）

# 《一杯咖啡的商業啟示》

## 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](http://www.tushu111.com)