

<<情迷星巴克>>

图书基本信息

书名：<<情迷星巴克>>

13位ISBN编号：9787508603940

10位ISBN编号：750860394X

出版时间：2005-7

出版时间：中信出版社

作者：西蒙斯

页数：185

译者：乔晓芳

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>

## <<情迷星巴克>>

### 内容概要

这本书并不旨在成为一本学术著作或经济书籍。  
此系列的其他书也都如此。

此次推出的“炫品牌”分别介绍了星巴克、吉尼斯和大卫·贝克汉姆三个品种。  
三种品种的鲜明差异也是我们策划该系列的最大初衷。

其中一本是关于品种产品——咖啡——的新鲜再创造，它带给我们的体验远不止于咖啡本身；另一本是有关拥有250多年历史、品质出众的啤酒：人们似乎喜欢它的神秘感，尽管并不一定清楚它的味道；而第三本书讲述了球星贝克汉姆在世界大舞台上的表演，其价值不仅在他的精湛球技，更在于他创造商业价值的力量。

<<情迷星巴克>>

作者简介

约翰·西蒙斯：是一位作家及品牌咨询专家，此前著有《我们、我、他们和它》（2000）和《看不见的圣杯》（2003）等品牌专著，他最近与人合作编辑了《经济学家导读品牌与品牌塑造》。

西蒙斯在先前担任国际品牌公司（Interbrand）主管期间，曾与众多机构有过合作经历。

<<情迷星巴克>>

书籍目录

致谢“炫品种”介绍楔子第一章 从一粒咖啡豆开始第二章 起航第三章 开阔视野第四章 朋友与邻居第五章 名扬四海第六章 处处有我第七章 大家的星巴克第八章 下一个港湾与星巴克有关的6条品牌法则

## <<情迷星巴克>>

### 媒体关注与评论

第三空间：在星巴克，身体找到了空间归属，被目光抚慰，嗅觉、听觉、视觉各得其所，在浮化的城市中间，人得以片刻诗意地栖居。

合作伙伴：在星巴克，员工不被称做员工，而是被叫做合作伙伴，合作伙伴的薪资维持在业界前25%的水平，他们在上岗之初被加以严格的训练，例如在客人不小心打翻杯碾时，合作伙伴应该首先好言相慰，告诉其自己也有类似遭遇，客人大可不必介意，然后再收拾残局。

卡布斯其诺（Cappuccino）：又叫泡沫咖啡，一道浓缩咖啡，搭配热鲜奶，再以厚厚绵密的鲜奶泡沫细致包裹着的咖啡。

因为卡布其诺的鲜奶

<<情迷星巴克>>

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>