

УДК 640.442+658.3
ББК 65.290; 65.431.15
Ш95

Переводчик И. Матвеева

Шульц Г.

Ш95 Как чашка за чашкой строилась Starbucks / Говард Шульц, Дори Джонс Йенг; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 284 с.

ISBN 978-5-9614-1958-0

Говард Шульц стал генеральным директором Starbucks в 1987 году и за последующие годы превратил Starbucks из небольшой фирмы с шестью кофейными магазинами в интернациональный бизнес, работающий в 50 странах мира. Но история Starbucks — не просто success story. Это история о команде страстно влюбленных в кофе людей, построивших огромную компанию на основе таких ценностей и принципов, которые редко встречаются в корпоративном мире, и сохранивших при этом индивидуальный подход к каждому сотруднику и каждому клиенту.

УДК 640.442+658.3
ББК 65.290; 65.431.15

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу lib@alpinabook.ru.

© Howard Schultz, Dori Jones Yang, 1997
Оригинальное издание опубликовано в США издательством Hupregion.
Издано при содействии Hupregion
© Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина Паблишер», 2012

ISBN 978-5-9614-1958-0 (рус.)
ISBN 978-0-7868-8356-1 (англ.)

Содержание

Пролог	7
ЧАСТЬ ПЕРВАЯ Заново открывая кофе	15
Глава 1. Воображение, мечты и скромное происхождение	17
Глава 2. Внушительное наследие — основа устойчивости в будущем	28
Глава 3. Для итальянцев эспрессо подобен арии	39
Глава 4. Удача — побочный эффект дизайна	52
Глава 5. Говоря «нет», не построить великую компанию	61
Глава 6. Становление ценностей компании	73
ЧАСТЬ ВТОРАЯ Ощутить кофе по-новому	87
Глава 7. Сны наяву	89
Глава 8. Если это поразило ваше воображение, поразит и чужое	97
Глава 9. Люди — предмет не линейный	107
Глава 10. Здание в сто этажей нуждается в крепком фундаменте	121
Глава 11. Не надо бояться тех, кто умнее вас	132
Глава 12. Ценность догматизма и гибкости	141
ЧАСТЬ ТРЕТЬЯ Возрождение предпринимательского духа	151
Глава 13. Уолл-стрит определяет цену компании, но не ее ценность	153
Глава 14. Раз уж вы изобретаете заново, почему бы не начать с себя?	162

Глава 15. Не позволяйте предпринимателю мешать духу предпринимательства	174
Глава 16. Ищите самообновления, даже когда стремительно набираете очки.....	182
Глава 17. Кризис цен, кризис ценностей.....	194
Глава 18. Лучше всего строить бренд по кирпичику.....	205
Глава 19. Двадцать миллионов новых покупателей стоят того, чтобы рискнуть	225
Глава 20. Можно вырасти, оставаясь скромным.....	231
Глава 21. Насколько социально ответственной может быть компания?	244
Глава 22. Как не стать сетью кофеен-близнецов.....	255
Глава 23. Когда вам говорят сфокусироваться, не становитесь близоруким	265
Глава 24. Следуйте своему сердцу.....	275
Выражение признательности	282