

星巴克简历申请看进度(通用5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。相信许多人会觉得范文很难写？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

星巴克简历申请看进度篇一

星巴克作为全球知名咖啡连锁品牌，提供了一个舒适、温馨的工作环境。我在星巴克工作的这段时间，深刻感受到员工之间的团队合作和友善交流。大家相互帮助，共同努力，为提供高品质的咖啡和热情的服务而努力。团队成员之间的默契和协作，使得工作更加高效和有趣。

第二段：工作技巧与服务质量

作为星巴克的一名员工，我不仅学习到了制作各种咖啡的技巧，还学会了提供优质的服务。每个员工都受到严格的培训，了解每种咖啡的制作过程和口味特点。同时，我们还学会了面带微笑与客人沟通，以及灵活应对各种客人需求的能力。这些技巧和质量要求，对于提供卓越的服务起到了重要的作用。

第三段：团队文化与奖励机制

星巴克注重团队文化的建设，促使每个员工都能与企业价值观保持一致。例如，星巴克强调多元化和包容性，鼓励员工表达自己的意见和想法。此外，星巴克还设有奖励机制，例如每月最佳员工的评选，以及员工互评和客户评分的激励机制。这些机制激励着每个员工积极为客人提供更好的服务。

第四段：面对挑战与个人成长

在星巴克工作，我也面临了一些挑战。例如，高峰时段的工作压力非常大，需要快速准确地处理订单；有时也会遇到难缠的客人，需要耐心和冷静处理。但正是这些挑战，让我不断成长。我学会了在高压环境下保持冷静和高效率，也学会了更好地与不同类型的客人沟通。这些经验对于我个人的成长和职业发展都是非常宝贵的。

第五段：对星巴克的热爱与发展机会

通过在星巴克的工作经历，我深深地爱上了这个品牌。这是一个致力于为每个人提供美味咖啡和舒适环境的品牌，我非常荣幸能够为这个品牌工作。星巴克也提供了很多发展机会，例如内部晋升和培训课程。我相信，只要我在星巴克坚持努力，我会有更多的机会实现个人的职业目标。

总结：

星巴克上班心得体会总结，通过在这个知名品牌的工作中，我不仅体验到了舒适的工作环境和团队合作，也学到了制作咖啡和提供高质量服务的技巧。通过团队文化和奖励机制，我不断成长并获得了发展的机会。面对挑战时，我学会了保持冷静和高效率。这段工作经历让我深深热爱星巴克，并认为星巴克为我提供了实现个人职业目标的机会。

星巴克简历申请看进度篇二

题

目：论星巴克的企业文化课

程：现代企业管理

学生姓名：陈梓城

学

号:

所在学院: 职业技术学院

任课教师: 沈小云

201336613105

摘要: 作为最成功的咖啡店之一, 星巴克现在在青年一代人之中几乎是无人不知自无人不晓, 成功的不仅仅是他的咖啡, 顺带推出的例如杯子, 水壶等附带产品也是大受好评, 那到底是怎样的企业管理模式使星巴克走上了正轨, 又是怎样的经营理念使星巴克成功的向大家推销了自己? 让我们一起走进星巴克的企业文化。

关键词: 星巴克, 企业文化

星巴克[starbucks]是美国一家连锁咖啡公司的名称, 1971年成立, 为全球最大的咖啡连锁店, 其总部坐落在美国华盛顿西雅图市。除咖啡外。星巴克亦有茶, 馅皮饼及蛋糕等商品。星巴克在全球范围内已经有近12000间分店, 遍布北美, 南美洲, 欧洲, 中东及太平洋区。

“星巴克”这个名字来自美国作家麦尔维尔的小说《白鲸》中一位处事极其冷静, 极具性格魅力的大副。他的嗜好就是喝咖啡。麦尔维尔的读者并不算多, 主要是受过良好教育, 有较高文化品位的人士, 没有一定文化教养的人是不可能读过《白鲸》, 并知道星巴克这个人的。所以从这里我们也可以看出星巴克这个名称也暗示了我们, 他们对顾客的定位, 那就是有一定社会地位, 有较高的文化素养以及有一定生活情调的人, 并非是一般大众。

星巴克的过人之处在于既创造了统一的外观，同时又加入了变化，利用了、风格体现美感，创造了视觉冲击。星巴克以咖啡制作的四大阶段衍生出以绿色系为主的“栽种”；以深红和暗褐系为主的“烘焙”；以蓝色为水，褐色为咖啡的“滤泡”；以浅黄、白和绿色系诠释咖啡的“香气”。四种店面设计风格，依照店面的位置，再结合天然的环保材质，灯饰和饰品速配成因地制宜的门店，创造新鲜感。随着季节的不同，星巴克还会设计新的海报和旗标装饰门店，灯，墙壁，桌子的颜色从绿色到深浅不一的咖啡色，都尽量模仿咖啡的色调。包装和杯子的设计也彼此协调来营造假日欢乐的，多彩的情调。

嗅觉，视觉，听觉，触觉和味觉共同塑造了星巴克咖啡馆浪漫的情调。重视烘焙极品咖啡豆是星巴克味道的来源，加上“四禁”政策（即禁烟、禁止员工用香水、禁用化学香精的调味咖啡豆、禁售其他食品和羹汤）力保店内充满咖啡自然醇正的浓香。这种带有意式浓缩咖啡馆的气氛和饮品被舒尔茨引进美国后，做了本土化的调整，轻松的爵士乐取代了严肃的歌剧和古典乐。

星巴克的美学不仅是借鉴，还融合了自己的风格。不同的标记在基本统一的风格下又显示出其多样性和变化性。美人鱼商标的创造者根据各咖啡产地的奇珍异兽，文化特性和各种咖啡独有的情境，设计出十几种精美贴纸，彰显个产地咖啡的独特性，让消费者看到包装就联想到各种咖啡的脸谱。

较高的销售定位，统一的外包装，无论是产品还是门店的装修都会及时的更新，总会保持着时尚潮流的气息，以及严格的原料挑选，宁缺毋滥的生产理念，这也是星巴克能够吸引人群的一大亮点。

与其他铺天盖地的广告和巨额促销的宣传方式不同，星巴克的品牌传播是另辟蹊径，采用了口碑营销这一种卓尔不群的传播策略。通过顾客，吸引更多的顾客，通过消费者的口头

传播的方式来推动星巴克目标顾客群的成长。这样更利于彰显其独一无二的企业文化，决胜于软实力，这样使自身的竞争力更加持久。

去过星巴克的各位应该都清楚，星巴克的座位看上去十分的不规范，给人一种凌乱的感觉，而且椅子跟桌子的高度很不和谐，就是坐着坐久了会很不舒服。这是星巴克的疏忽吗？原来，星巴克每天的人流很大，顾客多，如果一定的空间挤着为数不少的人，那么无论是工作人员还是对顾客来说，都会造成不小的困扰。这种不和谐的座椅刚好帮上了忙，你想，如果你在一个坐着很不舒服的地方你会坐很久吗？星巴克正是利用了人们的这种心理，使用这种座椅，使在星巴克逗留太久的人数大大降低，从而保证了流通以及工作的有条不紊的进行。

这里你可能有疑问，如果像一些作家或者有些事情要谈的人，那该怎么办呢。星巴克自有办法，他们划分了一些区域，需要达到某些条件才能使用。所以，如果你只是去买一杯咖啡的话，当然不能逗留很久啦。

顾客体验是星巴克品牌资产核心诉求。就像麦当劳一直倡导销售欢乐一样，星巴克吧典型的美式文化逐步分解成可以体验的元素：视觉的温馨，听觉的随心所欲，嗅觉的咖啡香味等等。Jesper Kunde在《公司宗教》中指出：“星巴克的成功在于，在消费者需求的中心由产品转向服务，在由服务转向体验的时代，星巴克成功地创立了一种以创造‘星巴克体验’为特点的‘咖啡宗教’。星巴克人认为：他们的产品不单单是咖啡，咖啡只是一种载体。而正是通过咖啡这种载体，星巴克人把一种独特的格调传送给顾客。咖啡的消费很大程度上是一种感性的文化层次上的消费，文化的沟通需要的就是咖啡店所营造的环境文化能够感染顾客，并形成良好的互动体验。

星巴克提升品牌的另一个战略是采用品牌联盟迅速扩大品牌

优势，在发展的过程中寻找能够提升自己品牌资产的战略伙伴，拓展销售渠道，与强势伙伴结盟，扩充营销网络。barnes&noble书店是同星巴克合作成为成功的公司之一。barnes&noble曾经发起一项活动，即把书店发展成为人们社会生活中心，这与星巴克“第三生活空间”的概念不谋而合，1993年barnes&noble开始与星巴克合作，让星巴克在书店开设自己的零售业务；星巴克可吸引人流小憩而不是急于购书，而书店的人流则增加了咖啡店的销售额。1996年，星巴克与百事可乐公司结盟为“北美咖啡伙伴”，致力于开发咖啡新饮品，行销各地。星巴克借用了百事可乐100多万零售网点，而百事可乐则利用星巴克在咖啡界的商誉，提高了品牌形象。2007年，星巴克与苹果公司达成意向合作协议，在星巴克的连锁分店中安装相关终端设备。ipod音乐播放器用户和iphone用户都能够在星巴克连锁店中使用全新的itunes在线音乐下载服务，将咖啡与音乐融为一体这种新服务形式开创了营销先河。

“人的情感可以分为感情和情绪两个基本点方面，从正面的情绪到负面的感受，温和的心情到强烈的感情，都可以纳入情感的范畴。”而企业的任务在于，认真探究顾客情感反应模式，努力为他们创造正面的情感体验，避免或去除负面的感受，从而引导消费者对公司产品和服务良好的印象，直至形成偏爱的态度。星巴克把自己定位于一间真正顾客至上的咖啡店：把满足顾客情感上的体验放在了第一位。

因此，星巴克要求在店内员工与在人进门那一刻员工就要开始和客人接触，无论再忙微笑对待客户，都要回过头与客人眼神接触，如果来的是熟客，店员会直唤客人的名字，奉上客人一贯喜爱的产品，给客户带来宾至如归的情感体验。

星巴克的愿景中有一条：“每家门店都是所在社区的一部分，我们认真承担邻里之间的应尽责任。无论我们在何处营业，都希望受到社区的欢迎。我们可以成为积极行动、带来正面

影响的一股力量——汇合我们的伙伴、顾客和社区共同创造出美好的时光”。星巴克将自己的门店当成社区生活的一部分，与社区生活的氛围相融合。这种友好和谐的氛围所营造的环境文化能够感染顾客，并形成良好的互动互动体验。

这种强调以人为本的理念，充满人性化，给人温馨的感觉，让疲劳了一天的人们能在这里释放工作的压力，家庭的烦劳。人们在这里品尝的不仅是一杯咖啡，更是享受一份心情。

一杯名叫星巴克的咖啡，也是“白领”阶层的标志之一。一些有关白领生活方式的文本中都提到一个现象：高级写字楼里的高级白领们都遵循这样一个日程表：上午在办公室，下午则在星巴克泡着，便有这样一句很经典的话：我不在办公室，就在星巴克，我不在星巴克，就在去星巴克的路上。星巴克馆所渲染的气氛是一种崇尚知识，尊重人本位，并且带有一点“白领”情调的文化。在星巴克咖啡馆里，强调的不再是咖啡，而是一种文化知识。星巴克为品牌文化加注的策略创新，使星巴克十余年的发展不断为其独有的“星巴克文化”注入和成功的文化传播，因此星巴克咖啡馆能迅速受到人们欢迎，所以“星巴克文化”实际上是围绕人和知识这两个主题下功夫的文化。这种文化的核心是利用尽量舒适的环境帮助人们拓扩知识和能力的层面，挖掘人在知识上的最大价值。

一个成功的企业，除了有先进的管理模式，雄厚的资金，符合潮流的营销理念，以及成功地推销之外，我觉得，浓厚且充满韵味，且时时刻刻不断补充充实的企业文化也是不可缺少的，充满自信且霸气的经营理念，加上合理清晰的营销路线，总是一个成功企业的秘诀之一。

参考文献：《星巴克的企业文化》 《星巴克成功的秘诀》

星巴克简历申请看进度篇三

中杯价格：22.00元，小杯价格：17.00元。

星巴克咖啡可以体现咖啡的灵魂，口感十分醇厚，当我们喝咖啡的时候，可以很明显的感觉到这种是咖啡精华最集中的体现。星巴克浓缩咖啡口味醇厚，有宛若焦糖的奇感妙意。

大杯价格：26.00元，中杯价格：23.00元，小杯价格：19.00元。

星巴克的拿铁咖啡，是星巴克咖啡店里的招牌经典咖啡，让星巴克引以自豪的经典。星巴克的拿铁咖啡，是浓郁的浓缩意式咖啡经大量蒸奶调和，其上覆盖一层轻盈的奶泡。在品尝该种咖啡时，你可以佐以糖浆(根据自己的口味，选择香草类、焦糖类或杏仁类糖浆)，制作出风味绝佳的饮品。

大杯价格：26.00元，中杯价格：23.00元，小杯价格：19.00元。

星巴克的卡布奇诺也是十分经典的哦，收到许多人的喜欢，这款咖啡沿袭传统技法，由我们技艺娴熟的咖啡调理员将手工制作的热奶轻柔地浇在浓缩咖啡之上制作而成。

大杯价格：29.00元中杯，价格：26.00元，小杯价格：23.00元。

这款咖啡由醇香的.摩卡巧克力糖浆、浓缩咖啡与蒸奶相融相合，鲜搅打奶油，状如白云漂浮其上。寒冷的日子里，忧伤的时光中，任何人都无法抵挡它的诱惑。

大杯价格：23.00元中杯，价格：19.00元，小杯价格：16.00元。

尽管名为美式咖啡，但此款饮料却是一种地道的欧式咖啡制作方法：即将热水和浓缩咖啡的巧妙调合。

大杯价格：30.00元，中杯价格：27.00元，小杯价格：24.00元。

这是星巴克的独创饮品。在蒸奶中加入浓缩咖啡和香草糖浆，然后覆盖上一层风格独具的焦糖花纹。口味香甜、象黄油般顺滑，风味醇厚。

星巴克简历申请看进度篇四

近日，一起有关星巴克在重庆的不公待遇事件引起了广泛关注。据报道，一名峰名与员工发生冲突的顾客向星巴克投诉被拒绝，随后这名顾客在社交媒体上披露了自己的经历。事件迅速引发了公众的愤怒与关注，并引发了有关品牌形象、服务态度和公民道德的讨论。

第二段：事件影响剖析

星巴克简历申请看进度篇五

为了能适应社会，真正能懂得把理论和实践结合，懂得什么叫真正的生活！

-----这是大学生做兼职的目的！！

有一个现象大家应该都知道，就是你在大学学的专业往往都不是你最终从事的工作所需的专业。呵呵，觉得很好玩，是吧？？但大家有没有想过，为什么会这样！那我们花了老多钱读了个大学有毛病啊！！我也感叹啊，哎！本以为读大学可以学好多东西，但当你到了社会上才知道，你在社会上几天见的书上一年都没学到！（为什么？因为书上就没教啊）

书本上都是理想的一面，到了社会上，有了很多不可预见或你能预见但改变不了的客观因素，让你不可能像老师教的一样去生活，所以我们得提前自己去学老师不教的！因此我提前投入到了社会，做了份兼职，让我受益匪浅。

通过

两天的兼职话务员，我知道了什么是真正的上班族，什么是真正的工作，什么是真正辛苦.....真正的上班族 是那么忙碌，真正的工作有那么多规则，真正的辛苦是打三百多个电话与人交流.....我了解到全职上班族是那么的忙碌，有那么多规则，还得处理好领导与员工的关系，员工员工的关系....遇到麻烦，纠纷退一步会海阔天空！不能再幼稚，不能再耍小孩子脾气.....我一个在校大二学生，这两天的兼职让我感受了：与人交流的各种要求！我每天的工作就是拿着通讯簿给别人打电话，但是来的人很少啊，我两天也没揣摩出怎么说才能有吸引力呢？完事开头难么！继续揣摩唠！呵呵....我是一个业务员雇的，她给我的念的材料也不是很好.....两天打了几百个电话，按了无数个数字，与无数个陌生人交流.....头好晕，耳朵好疼！.....这两天我真的很高兴，不仅学到了学校学不到的知识，还作为一个中国青少年发展基金会的形象大使，呼吁爱心人士奉献爱心，的确很不错！呵呵.....并且我提前懂得了工作的艰辛，以及更多的：“为人处事，与人交流，有责任心，有集体主义，乐于助人，吃苦耐劳，遵守公司的一切规则....”这是我投身社会实践的第一份正式兼职工作学到的社会经验！

不过闫姐说还要再培训，达到一定的程度然后才能签合同.....两天了，我好像成长了，很有自信，但是我的耳朵就是承受不住！无论以后做什么，我都会继续加油的！

以上为我两天兼职话务员及中国青少年发展基金会爱心大使的感受！