



《星巴克救了我一命》打造生命奇蹟

2008-11-02 記者 羅佩雯 文



《星巴克救了我一命》書封面 羅佩雯/攝影

《星巴克救了我一命》打造生命奇蹟

『當生命不再有藉口，你才有機會發現真正的出口。一個溫暖人心的故事，從一杯Latte開始的學習之旅。』

這本書在訴說一位邁向中年的英國男子—麥克，曾是知名廣告公司主管的他，在一連串失業、家庭生活、婚姻問題等多重打擊下，他如何放下顏面，重新調整對世界的觀看角度，拋開那無用的傲慢與矜持，去接受當一個平凡星巴克店員的職務。這是麥克人生頭一次從「主角」變成「配角」，一位中年男子在一群二十幾歲的非裔同事間工作，這樣「卑微」的地位，是該學習如何尊重和包容。從一個感人肺腑的真實故事，帶出其中所隱藏的品牌行銷策略，這是這本書另一成功之處。

這是本自傳式小說，作者，同時為書中主角—麥克，曾是個滿腦子除了工作還是工作，自尊心強且位高權重，心中充滿著白種男人優越感的工作狂。故事隨著時間軸慢慢進行著，麥克從知名大學畢業後，便成功進入美國數一數二大型廣告公司，正值年輕且初入職場的他，一路過關斬將，順利完成許多不可能的任務，當上公司高階主管。為了一切，他錯過了陪伴孩子成長的時機，一心一意只想賺進大把鈔票給家人花用，這是他自認為照顧家庭的最好辦法。諷刺的是，在辛苦打拼二十五年後，被自己親手拉拔的職員「開除」，這聽起來是多麼可笑的一件事！之後接二連三的，幸運女神似乎不再眷顧，生活變得毫無重心，婚外情讓他的婚姻生活不再美滿，財務狀況亮起紅燈，身體健康也每況愈下。當下已六十歲的他，是該好好享受晚年生活。突如其來的打擊，讓他必須檢視生活，重新排序生活重心；並努力告訴自己認清事實，緬懷過去完全不合時宜。「放下過去，策勵將來」這是麥克寫給自己六十歲的啟示錄。在他穿上星巴克綠圍裙的剎那，他必須從基層做起，低下頭跟著克麗絲朵（非裔女店長）學習打掃廁所、收服那恐怖的收銀機、用小小的腦袋記下形形色色的客人。仔細閱讀下去，看著麥克如何面對中老年生活衝擊、轉換職場跑道，以及階級、種族和年齡差異可能造成的誤解和隔閡。這份看似不起眼的低賤工作，竟然大大改變麥克僅存的後半輩子...

隱藏的企業形象

書中另一個主角星巴克店長—克麗絲朵，從招募人員到接納麥克這位員工，清楚的描述星巴克對員工的種種要求和對待員工的基本態度。透過作者親身經歷故事，成功塑造星巴克良好的企業形

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事物。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物

象。告訴社會大眾，星巴克是個優質的工作環境，公司從愛戴員工開始，員工則自然而然發自內心對待客戶。用「相互尊重」維繫公司－員工－客戶三者間的尊嚴，公司替員工做一套認同星巴克企業的心理建設，員工間也用「夥伴」稱呼，建立每個人都是平等的概念，拉進人和人之間的情感距離。

書中其中一段這麼寫著「在我們的店裡，所有人都是受歡迎的，不要拒絕任何人上洗手間，尤其是那些真正需要被歡迎，而不需要多一個把他打倒的人。」明顯感受出星巴克跳脫企業利益的考量，從「人本精神」出發，塑造出「社區關懷形象」。在物資豐富的時代下，人類的消費行為展現自我肯定及社會認同兩大功能。自我肯定的方法很多，可從產品的特性、功能及用途的不同，去尋獲其中不同的價值。另外獲得社會認可也是一種自我表達，和一種人際溝通；透過不同消費行為的展現，我們可以告知周遭的群眾，我們所重視的社會價值觀是什麼。從書中可看出，麥可不但改變了自己人生的價值觀，也將自己再次體驗的生活價值帶進工作中。麥克說：「如今回想起來，我終於明白，幫我決定走進這家位於七十八街轉角處的星巴克，就在那一刻，遠離我多時的幸運，又回到我身邊了。」星巴克企業藉由人類的消費行為，洞悉其中內涵的消費心態。因為麥克的故事，讓社會大眾知道，人生從何時開始都不算遲，主要是你選擇如何實踐和完成，最重要的是「自己的態度」。告訴人們，只要願意放下身段，星巴克會是重新展開人生的好地方！無形中的親切感，讓星巴克又增添了一項企業形象。

包裝後的職場文化

不同的職場，存在的不同的企業文化，儘管自己不適應也要想辦法克服一切，找出最適當的生存空間。麥克從一家赫赫有名的廣告公司，到隨處可見的星巴克咖啡店，無論在位階、工作型態皆全然不同的兩個地方，他用他的決心搭配行動，最後顯現的成果，證明他的確轉型成功！其中最大的關鍵在於，麥克在做每一件事皆是「正向思維」，就像是社會大眾的「心靈雞湯」，人生在窮困潦倒之際，都可以在星巴克工作或來杯星巴克咖啡找到最佳慰藉。相較於早年麥克在廣告公司替公司赴湯蹈火，犧牲一切在所不惜的行為，那汲汲營營的「正向態度」又該被社會大眾所否定？

看著書的封面寫著斗大「星巴克」三個字，目光掃到右上角那隱約的星巴克標誌，不免讓人聯想，這本書夾帶了多大的廣告意涵？我們都知道，每一個品牌一定都代表著一個產品或服務，但當一個產品被包裝成品牌後，它還被賦予更多無形的資產，進而形成獨一無二的品牌。從書中看到在星巴克裡員工和老闆之間的互動關係，這些店內特質，在無形中帶給顧客強烈的識別、教養、個性認知與體驗，形成獨特的個體。透過使用者形象和消費者的親身體驗，成功找出品牌的無形及有形資產，讓人更容易體會和理解該品牌的形象特色。隱約透露給社會大眾，想喝咖啡又同時享有五星級待遇，到星巴克咖啡準沒錯！這是星巴克透過小說故事來和社會大眾溝通，順利搭起廣告的宣傳橋樑。

親切、感動人心是最終目標

美國商業資訊2008年10月27日發表了一則新聞「星巴克公司在2008年領袖會議上宣布繼續投身於社區」，成功呼應故事的尾巴，麥克創造「星巴克職場奇蹟」這件事。星巴克當日公佈『Starbucks Shared Planet計畫』，其中一項就是「星巴克每年將貢獻100萬小時的社區服務時間」，想藉由這項計畫證明，儘管全球正籠罩在金融風暴下，如此一個景氣低迷地時期，星巴克也要全力投身於社區營造事業，讓社區再次強大起來。為了履行對客戶的承諾，星巴克不斷從改變中學習，學習中成長，在建立良好企業形象之餘，也同樣維繫星巴克事業命脈。

你是否和客人目光相接？

你是否向客人打招呼？

你是否向客人說謝謝？

你是否主動與客人交談？

你是否可由飲料名稱或名子認出某位客人？

這，是「傳奇服務」的評鑑標準，是麥克創造的，也是星巴克執行的。

從成功到失敗，再從失敗爬回成功，告訴讀者東山再起並非異想天開。儘管夾雜著濃厚的商業氣息，但不可否認的是最終帶給讀者是感動的、溫暖的。

親愛的神請賜給他－

一些了解他的朋友，而且一直陪伴在他的身邊；

一份真正有價值的工作，讓這個世界不再貧乏；

一股勇於冒險的精神，即使旅途艱難也無所畏懼；

一顆體諒而明理的心；

一點幽默感；

一段可以沉默下來、靜坐冥想的時間；

能感受到上帝的存在，耐心等待萬事萬物的演變.....

這是九十三街百老匯交界口，星巴克所有夥伴寫給麥克的詩，不禁讓人聯想到，電影《命運好好玩》的內容場景，沒有「真誠的心」，就算有再大的力量也無法達到人生最高價值，創造生命奇蹟。坐下來，喝杯咖啡，重新閱讀，檢視自我人生，會在意想不到的時刻，發現崇高的自我。



橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

▲TOP

[關於喀報](#) [聯絡我們](#)

© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0