



# The Starbucks experience ::

5 principles for turning ordinary into extraordinary

La experiencia Starbucks ::

Cinco principios para transformar lo ordinario en extraordinario

## SUMARIO

### Contenido

Sumario  
Pág. 1

Nos dice el autor:  
Pág. 2, 5

Conozca al autor  
Pág. 6

Dijeron sobre  
*La experiencia Starbucks*  
Pág. 7

Algunas citas incluidas en el libro  
Pág. 8

La genialidad de Starbucks radica en su capacidad para crear experiencias personalizadas para los clientes, estimular el crecimiento de los negocios, generar ganancias, energizar a los empleados y asegurar la lealtad de los consumidores. En este libro el autor descubre que el éxito de la compañía está guiado por la gente que trabaja y por la experiencia especial que ellos crean para cada cliente. Durante 18 meses de exploración en el mundo de Starbucks, escuchando lo que líderes dicen y observando lo que hacen Michelli logró sintetizar en esta obra las ideas- fuerza que guían a esta compañía tan especial en cinco principios a los que titula: aduéñese, todo importa, sorpresa y disfrute, resistencia y deje su huella. Estos principios pueden ser aplicados por los lectores en otras situaciones para enriquecer su capacidad de liderazgo en los negocios, para me-

orar su lugar de trabajo, desarrollar nuevos y atractivos productos, abrir nuevos mercados o simplemente prestar atención a aspectos de su negocio que pueden ser mejorados inmediatamente. Historias reales, anécdotas reveladoras y estrategias paso a paso lo esperan en este libro que promete una deliciosa experiencia; como la que ofrece el café.

## Algunas preguntas que responde La experiencia Starbucks

- 1- ¿Cuáles son los factores del éxito de Starbucks?
- 2- ¿Cuáles son las lecciones que Starbucks nos ofrece?
- 3- ¿Cómo escuchar a los empleados y a los consumidores?
- 4- ¿Cómo encarar oportunidades en todos los mercados?
- 5- ¿Cómo diseñar y personalizar experiencias satisfactorias que beneficien a todos?



## NOS DICE EL AUTOR

---

### Starbucks Corporation



**Starbucks Corporation** es una compañía internacional dedicada a la compra, tostado y comercialización de café. Además vende café expresso y destilado, bebidas frías, té, accesorios y otros productos alimenticios a través de su cadena compuesta por nueve mil locales distribuidos en 34 países. La empresa abrió su primer local en 1971 en Seattle, Estados Unidos.

## Los cinco principios claves de Starbucks



### Principio 1: Aduéñese

Los líderes de hoy quieren tener empleados que estén totalmente comprometidos con su trabajo. A menudo los empleados no visualizan cómo sus esfuerzos pueden ayudar a que la organización tenga éxito. Starbucks ha tenido que esforzarse para lograr que los socios se comprometan con sus pasiones y talentos todos los días y en cada interacción laboral. Las ideas- fuerza son: sepa dar la bienvenida en forma cálida y cree un clima confortable, sea genuino (conéctese, descubra y responda), sea considerado (con todos: con los clientes, los críticos, los colaboradores, los managers, etc.), conozca mucho (infórmese y mejore su experticia en áreas relacionadas con el café y la atención a clientes) y comprométase (tenga participación activa en el local, en la compañía y en la comunidad). En relación con este principio el ejecutivo de Starbucks, Howard Schultz dijo: "No estamos en el negocio del café sirviendo la gente, estamos en el negocio de la gente sirviendo café."

Piense en las respuestas que usted daría a estas dos preguntas:

- 1- Su organización, ¿está asegurando que todos los miembros aprovechen las oportunidades para mejorar la compañía al mejorar sus propias competencias y sus conocimientos?
- 2- ¿Cómo puede hacer usted para agregar valor a su propio desempeño y al de su compañía?

### Principio 2: Todo es importante

Los detalles son muy importantes. Nada es trivial y los clientes se dan cuenta de todo. Es necesario cuidar todos los aspectos relacionados con el café: el mejor nivel en la calidad del producto, el mejor servicio en la atención a los clientes y la construcción de una cultura basada en el reconocimiento. Un pequeño detalle a menudo marca la diferencia entre el éxito y el fracaso, aún los detalles que los clientes no pueden llegar a percibir. Si no se cuidan los detalles, los clientes que no estén satisfechos se irán indefectiblemente a otro lado. Sin embargo, no solo los detalles importan, todas y cada una de las personas importan.

Piense en las respuestas que usted daría a estas dos preguntas:

- 1- ¿Cuándo fue la última vez que usted fue gratamente sorprendido por una compañía?
- 2- ¿Con quién podría asociarse para ofrecer sorpresas?

### Principio 3: Sorpresa y disfrute

La gran idea que subyace a este principio no es nueva. Los clientes quieren recibir aquello que es predecible y consistente, quieren seguridad, pero también quieren algo que permita evitar el aburrimiento y salir de la rutina cotidiana. Una sorpresa puede ser algo tan simple como ofrecer una guía o ayudar a las personas en su búsqueda de cosas que les den alegría, pero tiene el poder de crear una relación interpersonal confortable y confiable.

Piense en las respuestas que usted daría a estas dos preguntas:

- 1- ¿De qué modo ha sido usted sorprendido gratamente en su lugar de trabajo?
- 2- ¿De qué modo puede usted sorprender a otros a través de pequeños gestos que muestren su aprecio por ellos?

### Principio 4: Resista

Este principio requiere de líderes distinguan entre clientes que quieren que sus inquietudes sean resueltas y aquellos individuos que nunca se detienen y siempre se quejan, disfrutan de la queja y nunca están realmente satisfechos. Para resistir es necesario desarrollar un conjunto de habilidades complejas que permitan crear negocios y construir relaciones interpersonales aún cuando uno se confronte con situaciones teñidas por la crítica excesiva, el escepticismo, la irritación o la reserva.

Piense en las respuestas que usted daría a estas dos preguntas:

- 1- ¿En qué ocasiones usted evita a la gente porque tiene miedo que sus interacciones serán conflictivas o desagradables?
- 2- Piense en cuántas veces usted dice "no" en el trabajo, ¿en qué situaciones usted podría haber dicho "sí" o al menos "tal vez"?

## Principio 5: Deje su huella

Los líderes de negocios exitosos se han dado cuenta que una cuestión clave de su éxito consiste en dejar una huella, una marca poderosa en sus comunidades. La gente quiere hacer negocios, invertir y trabajar en compañías que tengan conciencia social. Starbucks ha desarrollado un programa de voluntariado que ayuda a los empleados a establecer metas ambiciosas y desarrollar habilidades de gestión para hacerlas realidad. Los componentes necesarios para lograr el éxito en sus iniciativas de voluntariado son las mismas que se requieren para los proyectos de negocios: establecer metas en equipo, pensamiento estratégico, preparación de gráficos de progreso y capacidades para corregir de cursos de acción. El desarrollo de estas habilidades, mejoradas en entornos de voluntariado, produce indirectamente beneficios en el lugar de trabajo.

Piense en las respuestas que usted daría a estas dos preguntas:

- 1- ¿En qué formas la responsabilidad social corporativa podría ayudar a su negocio?
- 2- ¿Qué está esperando entonces?

### Algunos beneficios que ofrece La experiencia Starbucks

- Enseña cómo Starbucks revolucionó la industria del café.
  - Explica cómo Starbucks revolucionó las reglas convencionales del management.
  - Ofrece las claves para aplicar sus conceptos claves en forma consistente y con pasión.
-



## CONOZCA AL AUTOR

---

### Joseph Michelli

Joseph Michelli es psicólogo organizacional y consultor de empresas. Se interesa en la transferencia de conocimiento respecto de prácticas de negocios excepcionales y lo hace a través de conferencias en las que explora los diferentes modos de desarrollar lugares de trabajo productivos y que inviten al disfrute. Sus reflexiones estimulan a los líderes a crecer y a invertir en forma apasionada en todos los aspectos de sus vidas.

### Ficha técnica del libro

**Título en inglés:**

The Starbucks experience

**Título en castellano:**

La experiencia Starbucks

**Subtítulo en inglés:**

5 principles for turning ordinary into extraordinary

**Subtítulo en castellano:**

Cinco principios para transformar lo ordinario en extraordinario

**Autor:** Joseph Michelli**Cantidad de páginas:**

208

**Editorial:** Mc Graw Hill**Año:** 2006

### Para visitar:

<http://www.starbucks.com/><http://www.starbucksexperience.net/><http://www.josephmichelli.com/>

### Otros libros de Joseph Michelli

When fish fly (con John Yokoyama)

## DIJERON SOBRE LA EXPERIENCIA STARBUCKS

---



### Brian Tracy Autor de *Million dollar habits*

Ideas prácticas y probadas que usted puede aplicar inmediatamente para construir un negocio más exitoso.



### Scott Mc Kain Autor de *What customers really want*

Los principios que revela el Dr. Michelli han ofrecido valor inmediato a nuestras catorce compañías. Este libro posee una combinación poderosa de información sobre el mundo de los negocios y reflexiones que harán que usted y su organización puedan hacer la diferencia.



### Earvin "Magic" Johnson NBA All-Star y Presidente de Johnson Development Corporation

Starbucks ha sido un socio espectacular en los negocios para Johnson Development Corporation. El Dr. Michelli ofrece reflexiones únicas sobre cómo los socios de Starbucks- desde el nivel de los locales hasta el liderazgo corporativo- crean experiencias poderosas para su personal, sus clientes y las comunidades. Consiga este libro y haga la diferencia.

---

## Algunas citas incluidas en el libro

*Demasiado a menudo subestimamos el poder de una caricia, una sonrisa, una palabra amable, un oído que escucha, un halago honesto o el acto más pequeño de cuidado, todo esto tiene el potencial de transformar una vida.*

*Leo Buscaglia*

*No se preocupe por la crítica. Si no es verdadera, descártela. Si es deshonesta, no se irrite. Si es ignorante, sonría. Si está justificada, entonces no es una crítica. Aprenda de ella.*

*Autor anónimo*

*Es maravilloso que nadie necesite esperar ni un momento para empezar a mejorar el mundo.*

*Ana Frank*

---