

The smart marketer in cafe

Munculnya kafe diberbagai kota besar rupanya tidak hanya menguntungkan bagi si pemilik kafe dan para pencari kerja. Hadirnya kafe juga menghadirkan fenomena sosial dan budaya baru. Kafe bukan lagi sekedar untuk minum teh atau kopi dan tempat menyantap makanan ringan sembari melepas kejenuhan dan melewatkan waktu. Para pecinta kafe, yang rutin berkunjung ke kafe-kafe tertentu, melihat adanya banyak peluang dan manfaat yang bisa mereka manfaatkan saat berkunjung kekafe. Mereka menjadikan kafe sebagai tempat untuk berkumpul. Desain dan suasana kafe pun dibuat sedemikian rupa sehingga mampu memenuhi harapan para pecinta kafe.

Isi buku ini pun berpijak pada pengalaman para eksekutif yang getol nongkrong dikafe. Banyak hal terjadi dirancang bahkan diputuskan disana. Suasana rileks dikafe, yang sungguh berbeda dengan suasana tegang dikantor, ternyata mampu merangsang pikiran para eksekutif untuk melahirkan berbagai ide dan startegi yang tak pernah terpikirkan sebelumnya. Buku ini akan difokuskan pada masalah pemasaran, kasus kerja sama antara distributor dan prinsipal.

