

<<以客户为中心的六西格玛>>

图书基本信息

书名：<<以客户为中心的六西格玛>>

13位ISBN编号：9787111129967

10位ISBN编号：7111129962

出版时间：2004-1

出版时间：机械工业出版社

作者：诺曼

页数：344

译者：王晓芹

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<以客户为中心的六西格玛>>

### 内容概要

本书讲述了以客户为中心的6 $\sigma$ 管理的核心，将客户中心化与6 $\sigma$ 管理联系起来，对客户中心战略革新与6 $\sigma$ 战略革新进行了整合性论述。

主要内容包括6 $\sigma$ 概念的兴起，客户中心战略和6 $\sigma$ 革新所带来的财务结果，如何了解客户以及如何建立与客户沟通的渠道，6 $\sigma$ 革新可能遇到的问题，以及将客户中心战略和6 $\sigma$ 革新联系起来的相关技术。

本书将对读者全面了解6 $\sigma$ 管理有所助益。

## <<以客户为中心的六西格玛>>

### 作者简介

厄尔·诺曼是一家专门从事质量改进、客户满意度测量以及客户价值管理的ID研究公司——诺曼联合公司的总裁。

诺曼曾经组织了世界范围内的高级执行官就这些论题进行研究。

他曾经与众多的企业，包括通用电气、德国汉莎航空公司、摩托罗拉以及惠普有过合作。

诺曼拥有亚利桑那州立大学的博士头衔，而且撰写了大量商业前沿领域的著作。

诺曼曾经与人合著了《客户满意度测量和管理》一书。

## <<以客户为中心的六西格玛>>

### 书籍目录

译者序前言致谢第一部分为什么要有6 第1章向客户中心的转型“不是选择”第2章客户、客户满意度和6 结果同财务业绩间的联系第二部分倾听客户的意见第3章全面的客户满意度调查第4章交易调查第5章客户忠诚分析第6章投诉处理系统第7章与关键客户创建联系第三部分企业为6 做好准备第8章企业战略第9章选择合适的流程第10章6 团队的组建第四部分6 工具、技巧及应用第11章客户需求与流程执行的结合第12章流程的分析与问题的确认第13章解决问题第14章争取管理层对变革及其执行的支持第15章计划实施第16章判断过程能力第17章综述与前景附录

## <<以客户为中心的六西格玛>>

### 编辑推荐

根据一份对众多跨国企业CEO的调查，如何使企业更加客户中心化已经成为当今企业面临的主要挑战。

所以，许多战略革新都围绕客户中心化，其中常见的一种就是流程优化战略。

最近，流程优化发展成为一种层次更高的改进标准，即6 $\sigma$ 。

流程优化最初是以降低成本和缩短生产周期为目标的。

但是，这两方面往往被孤立地看待，并且在实践中被分割执行。

<<以客户为中心的六西格玛>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>