

<<多赢的顾客满意经营>>

图书基本信息

书名：<<多赢的顾客满意经营>>

13位ISBN编号：9787309063189

10位ISBN编号：730906318X

出版时间：2008-10

出版时间：复旦大学出版社

作者：叶斯水，陈伟雄 编著

页数：218

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>

<<多赢的顾客满意经营>>

内容概要

世上关于企业经营要是能够使利害关系者（stake-holder）都获益，那是多么好的一件事。

全面品质管理（TQM）是引导企业营运多赢的有组织、有计划的活动。

本书正是介绍有关支援经营管理，使利害关系者均获益的TQM。

全书从顾客满意的经营、支援顾客满意经营的全面品质管理（TQM）、研发（R&D）顾客喜欢的制品、服务等十五个方面系统地介绍了如何强化企业具永续发展体质，为此如何达成品质第一及重点导向和源流管理，TQM强调的含义、上级的领导、对员工的赋予动机以及有效领导方式及经营者、管理者要确认之问题要点等知识。

<<多赢的顾客满意经营>>

书籍目录

第一章 顾客满意经营 1.1 前言 1.2 实现CS须提供什么？
从何着手？
1.3 为实现CS按步骤进行 1.4 后工程为顾客七要点 1.5 为了提供会被社会接受的品质商品、
服务需做到以下几点 1.6 创造客户价值 1.7 界定价值定位 1.8 CS经营成功之九九要项第二章
支援CS经营的全面品质管理（TQM） 2.1 由TQM强化企业具有永续发展的体质 2.2 TQM推行
2.3 提升管理品质 2.4 依TQM强化企业体质 2.5 重点导向 2.6 达成品质第一的十大方策
2.7 管理作业的过程 2.8 设备高度生产性 2.9 源流管理第三章 全公司同仁能力凝聚并最大
发挥 3.1 全面品质经营 3.2 上级领导 3.3 对员工的赋予动机 3.4 TQM的导入与推行 3.5
品管诊断及品管大会举行等 3.6 管理监督者为TQM的原动力 3.7 经营者、部课长检查确认问题
（例） 3.8 有效的领导方式第四章 研发顾客喜欢的制品、服务 4.1 创造性、研发与品管 4.2
新产品开发的过程与管理 4.3 研发与全面品管 4.4 技术部门成为TQM的旗手 4.5 新产品开
发课题的达成法 4.6 设计的进行 4.7 生产技术部门的主要机能、问题、改进第五章 管理和改善
5.1 管理改善 5.2 经营体质上的问题 5.3 降低成本的必要性及其做法 5.4 问题解决型、课
题达成型改善步骤 5.5 变革的流程 5.6 跨部门组织的管理改善活动 5.7 品质失败成本的降低
5.8 机能别管理 5.9 制造工程的管理第六章 标准化为TQM的基础 6.1 标准与标准化 6.2
公司内标准化的方针与体系 6.3 公司的标准化进行 6.4 公司内标准的体系 6.5 作业标准的内
容 6.6 再发防止、防患未然 6.7 标准化的查检要点第七章 品质资讯的管理与活用 7.1 资讯
的重要性 7.2 资讯的收集、管理、活用、推行 7.3 建构资讯系统第八章 方针管理 8.1 前言
要点 8.2 合理策定方针，谋求其管理的贯彻（方针 目标+方策） 8.3 方针管理的目的与效果
8.4 优秀公司的环保政策 8.5 决定经营方向 8.6 全面性的整合与协调第九章 TQM之一环的
小团队活动 9.1 小团队的作用 9.2 迈向21世纪的新团结圈活动第十章 培育公司TQM人才，贡
献于企业与社会 10.1 为了解教育需求与TQM接续，做成需求表并请有关者拨冗填写，收集整理（
站在TQM立场）之 10.2 有效管理与训练人员 10.3 学习型组织、团队学习 10.4 TQM教育体
系（例） 10.5 技术人员教育（例） 10.6 管理者课程（例）（十小时） 10.7 人才培育确认要
点（例）第十一章 新事业的建立、经营发展 11.1 新事业与组织文化 11.2 新事业的战略性定位
11.3 长期经营计划与新事业计划的关系制作经营计划的实务水准的问题 11.4 新事业计划作成的
程序 11.5 新事业的体制 11.6 分公司化的推行 11.7 新事业的KFS（成功关键）体系第十二章
卓越企业 12.1 卓越企业创造Best Practice 12.2 依TQM创造Best Practice第十三章 TQM奖励
奖与品质技术革新奖 13.1 TQM奖励奖 13.2 TQM成果的评价专案 13.3 TQM活动之评价专案
、水准 13.4 品质技术革新奖第十四章 戴明实施奖 14.1 评价基准 14.2 评价方法 14.3 合
格判定的方法第十五章 增进人品、幸福、成功 15.1 增进幸福 15.2 佛教对行为的看法 15.3
增进人品 15.4 成功之道附录

<<多赢的顾客满意经营>>

章节摘录

第二章 支援CS经营的全面品质管理（TQM） 2.1 由TQM强化企业具有永续发展的体质
一个企业的经营管理要是能够让利害关系相关者（stake holder）没受害，皆受益，想必是一件好事。
利害关系相关者包括企业内部的员工、管理者、经营者，以及外部的协力厂商、投资者和顾客乃至社会有关人士。

新世纪的企业经营，首要仍须掌握顾客需求的变化，除了制品品质之外，也要求价格、速度等属广义性品质的社会性需求抬头，对于安全性、环保性的要求日增。

.....

<<多赢的顾客满意经营>>

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>