
以客户为导向的质量管理实战训练课程大纲

一、课程目的

为广大制造业企业各级管理、技术人员提供非常实用、实效、系统的以客户为导向的质量管理思想、体系、方法与工具

二、课程效果

如切实持续加以吸收、运用，可达成：

1、有形效果

企业 P（效益、效率）、Q（产品质量水平、合格率、顾客满意度）、C（经营成本、减少浪费、库存积压）、D（准时交货率）、S（企业安全、环保）、M（企业员工素质与能力、士气）有明显提升

2、无形效果

企业在市场的美誉度、企业经营管理素质、水平有明显提升，为企业的可持续发展打下良好的基础

三、参训对象

制造型企业总经理、主管生产、质量、技术副总；开发、技术、生产、品质、采购等相关部门经理、负责人、主管、工程师

四、培训时间

2天/12小时

五、培训方式

讲授+演练+互动+练习

六、课程大纲内容

（一）、质量的概念

1、我们如何理解企业经营

提问

2、21 世纪制造企业经营所面临的挑战

讨论

3、企业经营质量决定企业的生存与发展

案例点评

4、质量的三要素

4.1、对产品质量的深刻理解

4.1.1、顾客的分类及分析

4.1.1.1、外部顾客

4.1.1.1.1、直接顾客

4.1.1.1.1.1、专业顾客

4.1.1.1.1.2、非专业顾客

4.1.1.1.2、间接顾客

4.1.1.1.2.1、中间商

4.1.1.1.2.2、最终消费者、使用者

4.1.2、顾客要求的分类及分析

4.1.2.1、明示要求

4.1.2.2、潜在要求

4.1.2.3、如何满足顾客明示要求

4.1.2.4、如何满足顾客潜在要求

酒店、餐馆服务及手机行业竞争案例点评

4.1.3、顾客与市场的了解

4.1.4、顾客与市场的细分

4.1.5、顾客需求和期望的了解

4.1.6、顾客关系和顾客满意

4.2、对过程质量的深刻理解

4.2.1、为什么说既要关注结果又要关注过程

4.2.2、某企业检验人员对过程质量片面理解的案例点评

4.3、对社会质量深刻理解

5、从产品产生形成实现全过程来深刻理解产品质量四要素

5.1、策划质量

如何理解提问

5.1.1、策划质量对企业的重大意义及作用

从红绿灯规则来说明产品首先是策划出来的

5.1.2、策划质量结果的体现形式

5.1.3、如何对企业的产品做好有效的先期策划

5.1.3.1、产品先期策划的主要步骤和思路

5.1.3.2、产品先期策划的主要注意事项和重点

结合贵公司实际案例，提问及研讨

5.2、设计质量

5.2.1、设计质量对企业的重大意义及作用

5.2.2、设计质量包括产品本身的设计、工艺设计及业务过程设计

5.2.2.1、从著名的“金字塔原理”来深刻理解设计开发质量的重要性

5.2.2.2、如何真正识别客户需求将其转化为设计要求

结合贵公司实际案例，提问及研讨

5.2.2.3、如何运用 FMEA 等预防工具来进行设计开发的有效控制

5.2.2.4、新产品开发设计的一般流程说明

5.3、制造质量

5.3.1、制造质量是一种符合性质量

5.3.2、制造质量就是要做到三按

5.3.3、如何在制造现场树立一切为内外客户服务的思想

结合贵公司实际案例，提问及研讨

5.4、售后服务质量

5.4.1、售后服务质量企业的重大意义及作用

5.4.2、售后服务质量案例分析

5.4.3、售后服务一般重点及注意事项

结合贵公司实际案例，提问及研讨

6、企业经营质量、产品质量、过程质量、工作质量、产品与服务质量的关系

7、质量、成本、效益、效率、风险的关系

8、以顾客为导向质量管理定义的深刻内涵

9、克劳斯比“零缺陷管理”思想是“以顾客为导向质量管理”思想的具体体现

9.1、对克劳斯比“零缺陷管理”思想几个重要观点介绍

长春一汽铸造分厂推行零缺陷管理案例点评

9.2、管理者的角色

讨论

9.3、什么是预防及预防措施的几个阶段说明

(二)、质量管理八项原则内涵及深刻理解

1、全面质量管理八项原则对企业的深远意义及重大作用

2、全面质量管理八项原则内涵的详细阐述及在实际工作中如何有效地运用

2.1、以顾客为关注焦点

2.1.1、如何理解以顾客为关注焦点

2.1.1.1、如何真正了解和熟悉外部顾客

2.1.1.1.1、企业需要真正了解和熟悉各种类型外部顾客什么提问

2.1.1.1.1.1、我们如何去了解和熟悉

2.1.1.1.1.2、了解和熟悉后我们需要做什么、如何做

2.1.1.2、如何真正了解和熟悉内部顾客

2.1.1.2.1、为什么在日常工作中我们往往会忽视或不重视内部顾客

2.1.1.2.2、作为内部顾客来说一般有什么样的需求和要求

2.1.1.2.3、我们如何了解和熟悉、熟悉后如何做

2.1.2、在企业内部如何推行一切以客户为导向的思想

2.1.3、以顾客为关注焦点的注意事项、误区

2.1.4、如何在实际工作中有效运用这一原则

分组练习

2.2、领导的作用

2.2.1、什么是领导、领导和管理关系

2.2.2、领导如何在企业推行以客户为导向的质量管理中起到真正的作用

2.2.3、领导的思想、行为如何改变

2.2.4、如何在实际工作中有效运用这一原则

2.3、全员参与

2.3.1、什么是参与、参与的条件是什么

2.3.2、什么是全员参与

2.3.3、在企业中如何真正做到全员参与以客户为导向的质量管理

2.3.4、如何在实际工作中有效运用这一原则

2.4、过程方法

2.4.1、什么是过程方法

2.4.2、制造型企业一般有哪些类型的过程

2.4.3、过程模式图讲解及案例分析

2.4.4、在过程方法中如何体现一切以客户为导向

2.4.5、如何在实际工作中有效运用这一原则

分组练习

2.5、管理的系统方法

2.5.1、如何理解管理的系统方法

2.5.2、管理的系统方法中如何体现一切以客户为导向

2.5.3、如何在实际工作中有效运用这一原则

2.6、持续改进

2.6.1、什么是持续改进

2.6.2、持续改进的作用和意义

2.6.3、持续改进的一般思路（PDCA循环讲解）

2.6.4、持续改进中如何体现一切以客户为导向

2.6.5、如何在实际工作中有效运用这一原则

2.7、基于事实的决策方法

2.7.1、如何理解基于事实的决策方法

2.7.2、基于事实的决策方法中如何体现一切以客户为导向

2.7.3、如何在实际工作中有效运用这一原则

2.8、互利的供方关系

2.8.1、如何理解互利的供方关系

2.8.2、互利的供方关系中如何体现一切以客户为导向

2.8.3、如何在实际工作中有效运用这一原则

案例分析

(三)、总结语