

提升质量意识，塑造质量文化（6H）

【课程背景】

意识在产品质量形成中的作用是不言而喻的。质量意识差，是工作质量差的根本原因。心理状态不佳，可能造成差错，发生质量事故，但毕竟是偶发性的。质量能力弱，工作质量当然不会好，但能力弱可以通过学习训练而提高。产品质量长期上不去，工作质量经常出差错，追究起来，往往就追究到质量意识上。质量意识如何，往往可以衡量一个员工的工作质量，也可以衡量一个组织的质量管理成效。

质量意识规定了“能力、意识和培训”，把质量意识与质量能力并列。质量意识具有对员工质量行为的控制功能，使其行为符合质量意识的要求。特别是在质量遇到冲击出现波动的情况下，质量意识往往能够坚定员工质量意识所指导的行为，不因为外界的干扰而动摇或改变自己的质量行为。

【授课时长】

1天（6小时） am9：00—12：00 pm14：30-17：30

【课程收益】

- 1、提长员工的质量意识。
- 2、塑造企业的质量责任感，创建良好的企业质量文化。
- 3、打造优秀品牌，创建顾客放心企业。

【授课对象】

- 1、质量经理
- 2、质量工程师
- 3、质量主管
- 4、质检人员

【课程特色】

讲授、案例、提问、讨论互动、游戏、视频

【课程大纲】

- 一、质量的概念和意义
 - 1、质量与质量特性

- 2、提高产品质量的社会和经济意义
- 二、质量管理、质量职能和质量职责
 - 1、质量、质量环和质量管理的“三部曲”
 - 2、质量职能和质量职责
 - 3、质量管理新理论
- 三、我国质量管理的现状及发展
 - 1、质量问题令人担忧
 - 2、假冒伪劣屡禁不止
 - 3、质量管理发展不均衡
 - 4、优难胜、劣不汰现象比较突出
 - 5、监督乏力，有效手段不足
- 四、追求卓越阶段的质量振兴
 - 1、品牌的意义
 - 2、如何实施品牌战略
 - 3、质量文化
 - 3.1 提高营销质量
 - 3.2 明确质量方针和质量目标
 - 3.3 实现质量目标必需的过程和职责
 - 3.4 确定和提供资源
 - 3.5 强化过程的有效性
 - 3.6 建立和应用持续改进质量管理体系的过程
 - 4、TQM 模式
 - 4.1 TQM 的核心理念
 - 4.2 TQM 的关键因素
 - 4.3 企业成功的关键和对经营理念的变革
 - 4.4 顾客关系管理应有的作为
 - 4.5 服务创新管理应有的观念
 - 4.6 何谓顾客满意
 - 5、重视标准化
 - 5.1 何谓标准化
 - 5.2 标准系统的管理原理和企业标准化的基本原则
 - 5.3 标准体系和企业标准体系
 - 6、重视质量成本
 - 7、重视服务过程中的质量管理
 - 8、逐步重视社会质量监督工作
- 五、通过质量文化构建铸就品牌
 - 1、检测合格率 100% "南仔"用文化和质量铸就品牌
 - 2、狂沙散尽始见金
 - 3、保龄宝产品卓越品质
 - 3、缄口不言的态度会带来灭顶之灾
 - 4、不要把质量瑕疵作为贸易战的炸弹
 - 5、中国制造令世界瞩目
 - 8、用做产品应有的良心 保证产品质量
 - 9、不讲质量何来文化

- 9.1 质量文化的含义
- 9.2 质量文化的三个层次
- 9.3 质量文化的四个特点
- 9.4 质量文化的建设重点
- 9.5 质量文化的五个作用
- 9.6 如何建设质量文化
- 10、建设质量文化体系
 - 10.1 质量不能使企业一荣俱荣，却可以让企业一损俱损
 - 10.2 客户是质量的唯一裁判
 - 10.3 技术创新是产品质量的根本
 - 10.4 善待供应商就是善待自己
 - 10.5 要有好的产品质量，先得保证人的质量
 - 10.6 创新是重要的，但绝对不能以创新为由改变质量标准和传统但适用的方法
 - 10.7 质量是财务指标的红绿灯
- 11、品牌要理念化、视觉化、行为化
- 12、没有质量、道德、文化、责任就没有品牌