

全面质量管理 TQM

壹、课程背景

质量的好坏是企业信誉的基础，企业所有有关的活动都是以产品和服务为载体，客户对企业所有的评价仅仅通过自己对产品的使用和服务过程的评核来判断是否继承与企业存续合作关系的前提。尤其是现代社会，产品和服务已经组成了一个有机的组成部分，服务质量在某些时候比产品质量更为重要的。

质量管理的前提是知道什么是质量，不是定义的质量而是和自己客户、产品相关的细节，从认知然后到企业的各个部门如何把握自己部门、自己岗位的要点，如果通过 TQM 策划来建立计划，同时一步一步地实施，从而达到培养忠实客户的目的，为企业的长久发展奠定基石。

贰、课程目的

- 🚩 学习全面质量管理（TQM）的理念
- 🚩 学习目标管理工具在 TQM 应用
- 🚩 学习 TQM 的组织设计和流程建设法则
- 🚩 学习了解 TQM 中产品实现的控制手法
- 🚩 学习了解 TQM 如何在企业实际中运作

参、课程大纲

- 1、 TQM 概论
 - ◇ 从三星电子的品牌战略突围看 TQM 的作用
 - ◇ TQM 的定义
 - ◇ TQM 的起源与发展
 - ◇ TQM 的目标
 - ◇ TQM 的 8 大原则
- 2、 客户需求识别与分析—全面质量管理的前提
 - ◇ 谁是客户？
 - ◇ 什么是客户需求？
 - ◇ 客户需求与质量的关系
 - ◇ 客户显现需求与潜在需求
 - ◇ 利用工程法分析客户需求的失效要素
 - ◇ 实现客户需求到产品功能和质量控制要素的转化的手法
- 3、 基于满足客户需求的 TQM 策划——为质量管理建立组织和流程
 - ◇ 从华为无线产品线的质量管理转变看新时期的质量目标
 - ◇ 聚集客户需求、从岗位认识客户需求与岗位要求的关联（海尔的 3E 卡）
 - ◇ 建立质量目标体系，使人人有责任
 - ◇ 建立组织架构与流程
 - ◇ 产品实现过程组织与沟通
- 4、 产品—企业使命的载体——产品实现、过程质量、服务质量控制
 - ◇ 产品销售与信息反馈——分析是质量满足的前提
 - ◇ 产品设计与验证—质量是设计出来的

- ◆ 产品功能竞争要素分析 QFD
 - ◆ 利用 D-FMEA 进行产品性能、质量、寿命、可维护性的设计和论证
 - ◆ 利用 P-FMEA 进行产品制造过程的质量要点的控制、作业 SOP
 - ◆ 结合两个 FMEA 制定质量控制计划书和产品工艺
 - ◆ 产品功能、可靠性、寿命试验设计与论证
 - ◇ 产品实现——质量是制造出来的
 - ◆ 进料检验
 - 样本、批量、缺陷减少抽检风险：AQL
 - 检验项目设置、实施
 - 检验记录与结果处理
 - ◆ 制程控制
 - 首件确认
 - 做好自检、他检、定检
 - BIQ 与防呆在制造中的运用
 - 问题反馈与处理方式
 - 过程制造的数据、问题节点设置与 SPC 统计改进
 - ◇ 产品包装、运输与交付
 - ◇ 客户投诉、改进与反馈
 - ◆ 客户投诉回复要点
 - ◆ 改善选择与实施要点
 - ◆ 防错法原理与现场应用
 - ◆ 个人提案改善与 QCC 活动
 - ◇ 供应商管理与满足客户的需求的一致性
- 5、TQM 导入
- ◇ 对 TQM 的几个错误观点
 - ◇ TQM 导入 6 大步骤
 - ◆ 领导承诺与质量文化的建立
 - ◆ 基于企业质量目标的质量目标体系的建立
 - ◆ 做写一致的质量体系
 - ◆ 从建筑到实际控制测量的硬件设施
 - ◆ 完备的体系文件与能力匹配的管理者与员工的软件要求
 - ◆ 不断提升，不断进步，PDCA↔PDSA 的循环
 - ◇ 案例：由肯德基的苏丹红事件看质量体系中的重要部分——质量追溯体系

四、授课方式

讲解 + 案例 + 视频案例 + 互动研讨 + 问题答疑 + NLP 技术启发 + 深度观察 + 情景对话

五、适用对象

公司总经理、质量总监、经理、主管、客户服务人员、体系专员、质量控制人员、客户服务专员

六、培训课时

2天12小时