第一图书网, tushu007.com

<<创建以客户为中心的文化>>

图书基本信息

书名：<<创建以客户为中心的文化>>

13位ISBN编号：9787506640046

10位ISBN编号：750664004X

出版时间：2006-5

出版时间：中国标准出版社

作者：罗宾L·劳顿

页数：186

字数：180000

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

第一图书网, tushu007.com

<<创建以客户为中心的文化>>

内容概要

今天的经理人面临的挑战是如何将科学的质量管理方法，正确地运用到服务产业中去，这里包括企业内部和外部两个方面。
本书将帮助你迎接这一挑战。
一改传统的思维模式，作者罗宾L·劳顿提供了一套系统的、已经验证的实用方法，以使服务业的质量和客户满意度保持领先。
该方法已被如下组织使用：摩托罗拉公司、蓝盾公司、卡特彼勒公司、西北航空公司、政府机构和许多其他组织。
　本书所用的素材，对于任何行业有经验和无经验的质量管理人员同样适用。
书中所讲的重点是如何将这套质量管理的先进方法运用到你具体的工作中去。
为达到这个效果，在每一概念介绍完后都附有练习。
这不仅可以增强你对概念的理解，同时提供了许多案例，你可以直接运用到你的工作中去。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

罗宾L·劳顿是国际管理技术公司总裁，该公司主要提供有关先进的质量和生产管理体系方面培训和咨询。
劳顿倡导质量创新并引导企业和政府改革已有18个年头。
罗宾L·劳顿获得密执安大学教育心理学硕士学位。
发表了大量的文章，并先后任教于明尼苏达大学和大都会州立大学。

第一图书网, tushu007.com

<<创建以客户为中心的文化>>

书籍目录

为什么是质量、创新和速度 《创建以客户为中心的文化》译者序致谢绪论第1章 服务产品 1.1 定义产品 练习1：产品定义第2章 细分客户 2.1 经纪人角色 2.2 修补者角色 练习2：产品客户关系 练习3：信息就是力量第3章 定义客户期望 3.1 性能标准 3.2 产品认知 3.3 成果标准 3.4 区别产品性能和产品认知 练习4：客户期望第4章 测量服务质量 4.1 以生产者为中心的测量和以客户为中心的测量 4.2 开发以客户为中心的测量 练习5：开发以客户为中心的质量测量法第5章 质量与创新 5.1 收敛型思维和发散型思维 5.2 以结果为中心的发散型思维 练习6：结果第6章 过程 6.1 再定义过程 6.2 基于时间的过程改进 6.3 图示过程 6.4 测量时间 6.5 测量成本 6.6 测量产量和批次 练习7：用FACT表进行过程绘图 练习8：产品—角色矩阵第7章 实施 7.1 变革战略 7.2 以客户为中心的文化变革战略和过程 7.3 阶段1：评估 7.4 阶段2：认知 7.5 阶段3：演示和培训 7.6 案例研究 7.7 阶段4：推广、扩张和整合 练习9：目标产品选择第8章 总结附录 问题与回答术语表参考文献

第一图书网, tushu007.com

<<创建以客户为中心的文化>>

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