

<<CEO的六西格玛>>

图书基本信息

书名：<<CEO的六西格玛>>

13位ISBN编号：9787302149170

10位ISBN编号：7302149178

出版时间：2007-5

出版时间：清华大学出版社

作者：朴永宅

页数：183

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>

<<CEO的六西格玛>>

内容概要

六西格玛具有技术性、战略性、文化性三个方面。
在战斗的第一线现场，其技术性非常重要，但对于指挥战争的将军来说，更重要的是其文化性、战略性方面。
市面上有很多介绍六西格玛的书籍，但大部分都只介绍其技术性、统计性方面的知识。

<<CEO的六西格玛>>

书籍目录

- 第1章 对质量最优先的理解1.1 三星如何成为超一流企业？
- 1.2 为什么是质量最优先的经营？
- 1.3 质量最优先经营策略的7大原则1.4 提高质量，降低成本1.5 经营事例：花岗岩石材公司的质量优先经营
- 第2章 六西格玛的基础概念2.1 没有测量就没有改善2.2 关键质量特性2.3 六西格玛的含义2.4 西格玛水平和不良率2.5 经营事例：六西格玛的故乡——摩托罗拉
- 第3章 六西格玛的战略性理解3.1 突破性变革的兴起3.2 六西格玛人才的培养3.3 六西格玛的路径图3.4 六西格玛变革战略的预期效果3.5 经营事例：质量人满贯——施乐
- 第4章 六西格玛的核心成功因素4.1 六西格玛成功企业的经验与教训4.2 成功的钥匙在倡导者手里4.3 正确评价是CEO最重要的素质4.4 飞得越高，眼界越广4.5 经营事例：成为超一流企业的出云市政府
- 第5章 六西格玛和经营变革的未来5.1 避免质量近视眼5.2 企业兴衰的经营理论5.3 六西格玛的发展与未来5.4 驱动变革的循环5.5 经营事例：酷爱冒险的巨型公司3M

<<CEO的六西格玛>>

章节摘录

2. 看不见的质量成本 一般质量成本就像冰山，我们能看到的部分(即直接核算的部分)只占整体质量成本的2%。

%。

举个例子来说明：丰田为了与宝马BMW、奔驰等最高档的车进行竞争，推出了雷克萨斯(Lexus)。

雷克萨斯的营业额只不过是丰田汽车总营业额的2%，但丰田总利润的33%来自雷克萨斯。

营业额只占1/50，而利润高达1/3的秘诀在哪里？

如果大家知道美国汽车市场上所有销售的轿车中，再购买率最高的是丰田的雷克萨斯，那么，大家的疑问就得到解答了吧！

《哈佛商业评论》的文章指出，如果顾客流失率降低5%，那么，因行业的不同，企业的利润可增加25%—85%。

这表明顾客流失率是影响企业利润的决定性因素。

很显然，看不见的质量成本对企业经营的影响比看得见的质量成本要多得多。

赚钱的秘诀其实很简单。

使光顾一次的顾客再次光顾，使他们成为忠诚顾客即可。

招徕顾客的首次光顾，需要投入大量的营销费用。

但努力使这些顾客满意，争取顾客自愿光顾第二次、第三次及继续光顾，则不再需要其他的促销费用。

。

而且这些再次光顾的顾客，不仅会通过购买其他商品或服务来扩大购买范围，同时，还有可以向别人进行推荐（即口碑相传）。

.....

<<CEO的六西格玛>>

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>