



港口与航运管理专业教学资源库

Port and Shipping Management Professional Teaching Resource Library

企业运营质量管理 项目五：质量管理体系



目录

01 教学目标

02 任务3.七大原则之顾客导向



01 教学目标



01教学目标

知识目标



能力目标



掌握顾客导向原则。



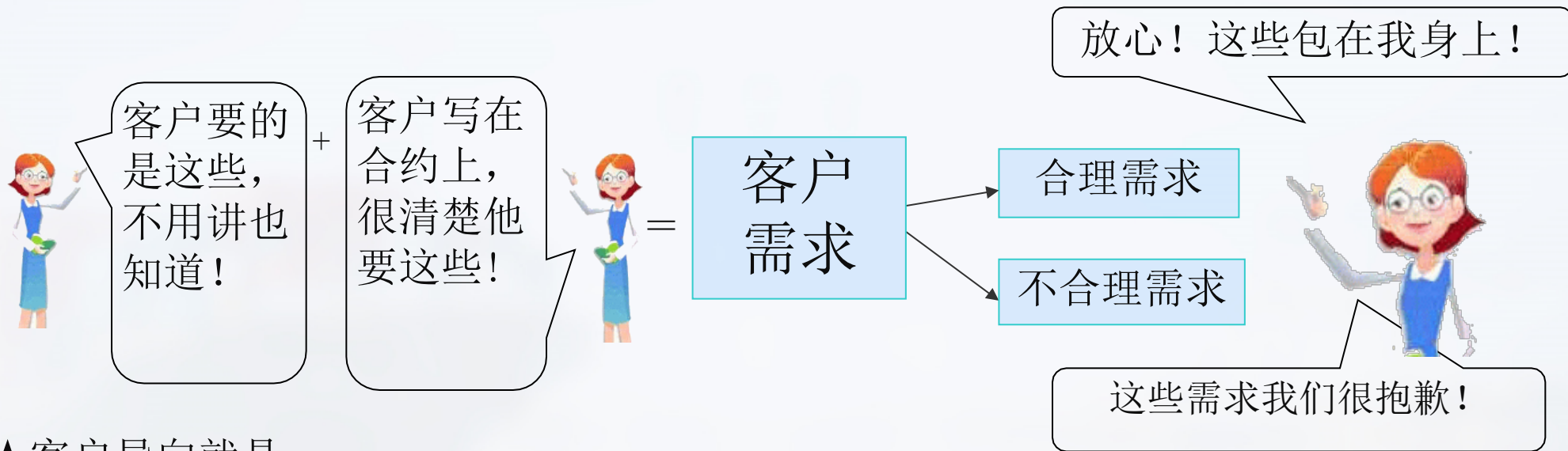
能够应用顾客导向原则分析案例



02任务3.七大原则之顾客导向



新七大原则— 1. 「顾客为关注焦点」



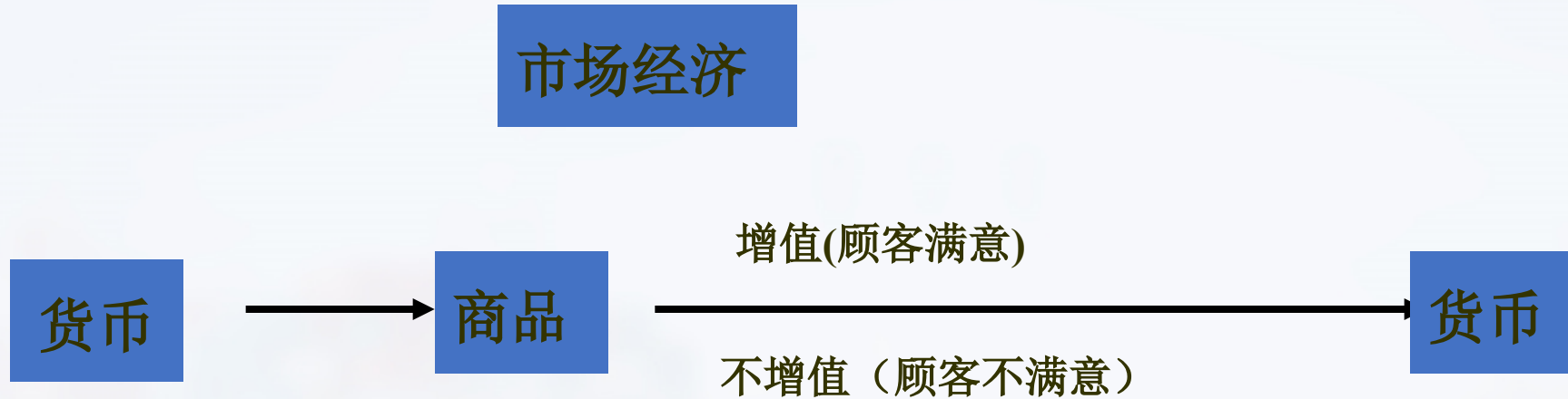
★客户导向就是:

▲ 主动确认 (有具体声明的需求 与未具体声明的需求)

可以符合的客户期望 及无法解决的客户期望

▲ 沟通 (无法解决的期望) ▲ 满足甚至超越 (合理的期望与需求)

原则一：以顾客为关注焦点 (customer focus)



“组织依存于其顾客。因此，组织应理解顾客当前的和未来的需求，满足顾客要求并争取超越顾客期望。”

1. 如何理解“顾客”这一术语

两种错误理解：

一是只认“买主”，对产品的最终使用者不予以关注；

二是只认组织外部顾客，对组织内部顾客不予关注。

2. 组织与顾客的关系

3. 顾客的需求

顾客对产品的需求已呈现五大趋势：

- (1) 从数量型需求向质量型需求转变；
- (2) 从低层次需求向高层次需求转变；
- (3) 从满足物质需求向满足精神需求转变；
- (4) 从统一化需求向个性化需求转变；
- (5) 从只考虑满足自身需求向既考虑满足自身又考虑满足社会和子孙后代需求转变。

4. 满足顾客的要求并努力超越顾客的期望

5. 顾客对组织的回报

- (1) 认可组织的产品及产品质量；
- (2) 购买组织的产品；
- (3) 为组织无偿进行宣传；
- (4) 与组织建立稳固的合作关系；
- (5) 支持组织开展的有关活动。

6. 把握本组织顾客的特点

- (1) 是组织顾客还是个人顾客
- (2) 是成熟顾客还是不成熟顾客
- (3) 是一次性顾客还是长期固定的顾客
- (4) 顾客的文化背景、地域特征、收入状况、消费习惯

7. 组织在顾客问题上的错误倾向

- (1) 以自我为中心。组织只想自己的发展，忽视顾客的需求，甚至仰仗种种优越条件，从不听取顾客的意见，对顾客抱怨更是不予以理睬。
- (2) 以政府或上级为中心。组织“不找市场找市长”，只考虑上级的要求，不研究顾客，终日跑政府，争项目，结果刚上马就宣告破产亏损。
- (3) 过分重视形式。过分追求形式可能导致组织破产。如为了获奖，大肆增加质量费用，而这些费用与顾客的需求却没有多大的关系。

- (4) 对顾客的需求把握不准。组织没有认真进行调查，或者顾客需求有了发展却依然抱着老一套不放，或者不顾顾客需求花巨额研究经费研制一些所谓的先进产品，两种情况都可能导致失败。
- (5) 没有与顾客沟通的渠道。不少组织只埋头生产经营，与顾客缺乏沟通，组织领导层不知道顾客在想什么，其他人员更不知道。
- (6) 把责任推给顾客。产品质量一旦出了问题，不从自身找原因，反而埋怨顾客，将责任推给顾客。
- (7) “以顾客为关注焦点”的原则未能落实。一是未体现在组织的方针中；二是未落实到组织质量管理体系的各项工作中；三是组织员工对这些原则不了解或了解不深刻。
上述七种存在的带有普遍性的问题都值得组织认真对待。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/588127037012006115>