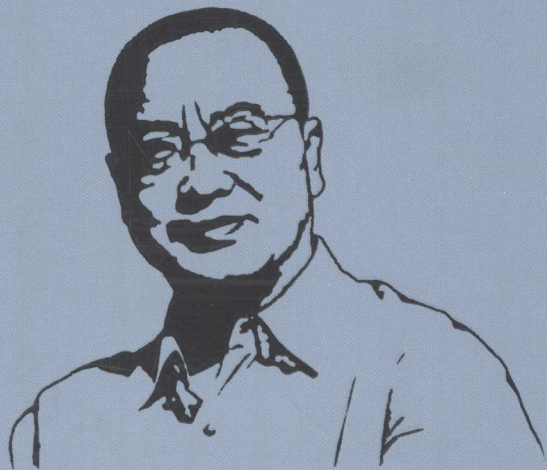


博瑞森
BRACE
管理丛书



欧博工厂案例②

曾伟 曾子豪◎著

品质技术改善 对话录



中华工商联合出版社

F406.2
30
V2



欧博工厂案例②

曾伟 曾子豪◎著

品质技术改善 对话录

F406.2
30
V2



中华工商联合出版社

图书在版编目(CIP)数据

品质技术改善对话录/曾伟,曾子豪著. —北京:
中华工商联合出版社, 2014. 4

(欧博工厂案例;2)

ISBN 978-7-5158-0907-6

I. ①品… II. ①曾… ②曾… III. ①工业企业管理—质量管理—案例
IV. ①F406. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 061031 号

欧博工厂案例 2:品质技术改善对话录

作 者:曾 伟 曾子豪

责任编辑:于建廷 臧赞杰

责任审读:郭敬梅

封面设计:久品轩设计

责任印制:迈致红

出版发行:中华工商联合出版社有限责任公司

印 刷:三河市文阁印刷厂

版 次:2014 年 6 月第 1 版

印 次:2014 年 6 月第 1 次印刷

开 本:787mm × 1092 mm 1/16

字 数:360 千字

印 张:22. 25

书 号:ISBN 978-7-5158-0907-6

定 价:58. 00 元

服务热线:010-58301130

团购热线:010-58302813

地址邮编:北京市西城区西环广场 A 座
19-20 层,100044

<http://www.chgslcbs.cn>

E-mail:cicap1202@sina.com (营销中心)

E-mail:gslzbs@sina.com (总编室)

工商联版图书

版权所有 侵权必究

凡本社图书出现印装质量问题,
请与印务部联系。

联系电话:010-58302915

博瑞森图书：企业视角 本土实践

亲爱的读者朋友：

也许您是博瑞森图书的老读者，也许是新朋友，欢迎您阅读博瑞森图书！

当今中国，各行各业都存在着转型升级的压力与机遇。博瑞森图书与您一同应对转型挑战并发现其带来的机遇。

我们一直在问：什么样的书能为您解决管理难题并带来启发？

我们一直在找：哪些作品最能帮助企业从跟随到领先？

我们一直在做：把最好的作品以最便捷的方式呈现给您，纸质版、电子版、听读版、书摘邮件、微信……

我们策划图书的原则是：

- 企业视角——与您一样，做水中的游泳者，而非岸上的观众或教练，企业的困惑就是我们的任务。

- 本土实践——与您一样，立足本土环境，追求卓越实践，传播最适合当下中国企业的管理之道。

针对部分读者朋友提出的“道理都懂了，但还是不知道怎么做？”2014年，我们将推出“作者见面会”，内容涉及营销、管理、生产、HR等诸多领域。让来自实战一线的专家作者现场指点、传授。

如果有一天，您把博瑞森图书视为您优秀的事业伙伴、管理助手，我们也就实现了自己的梦想。

博瑞森图书

010-51900529

bookgood@126.com

凡购买本书的读者，都将免费获赠本书精华电子版、同类图书推荐，发送短信“4053”和您的电子邮箱至13611149991即可获赠。

这套案例（共23个）代表着一套完整的工厂管理模式，是作者从广东欧博企业管理研究所（以下简称欧博）团队驻厂辅导十二年实实在在所做的上千个案例中提取出来的精华。其中有思想、有方法、有动作、有工具、有表单、有方案、有系统、有细节，是作者带领几百人的研究团队与几万名企业管理人员，投入上亿元资金，精心辅导四百多家工厂形成的管理研究成果，可称为当前中国企业研究最具规模、最具深度、最见实效的一次伟大的管理实践！

对工厂各部门的管理者而言，在“行”的层面，此套案例是难得而有效地解决问题的模板；在“知”的层面，则是工厂老板和高管认识工厂、理解管理的思维工具。它让大家对工厂管理的很多核心问题，如人的执行力问题、效率低下问题、交货不及时问题、品质不稳定问题、采购物料不及时问题、材料损耗严重问题、员工积极性问题、人难留难管问题等都能有一个明明白白的答案，并且能从我们对这23个案例实施过程的详细描述中，找到切实有效的方案和动作，以及拿来就能用的表单、制度、文件、流程。

这套案例共分三大部分（三册）：

第一大部分（第一册）为生产计划管控模块，共八个案例。针对的企业问题是：

- ERP系统数据不准，计划无法真正指导生产；
- 很多工厂的生产过程极不稳定，从接订单到采购物料、生产加工、出货，可以说整个过程都异常频发。对于异常频发的工厂，我们无法根据理论计算来安排生产计划、管理生产过程，怎么办？

这八个案例从滚动计划、备料排查、采购管控、快速清尾、分段控制等多个方面展示了一套专门针对异常频发的工厂的生产管控模式。

第二大部分（第二册）为品质、技术、效率管理模块，共十个案例。

前五个品质管控案例针对的问题是：

企业产品品质问题层出不穷，客户投诉不断。企业内部设立了品质管控部门，每天也召开品质改善会议，实施品质管控动作，但问题依旧。久而久之，企业内会产生一种企业问题是“行业难题”的情况，仿佛企业的问题都是些高深的技术问题，非一般人能解决，大家在问题面前止步不前。

这五个案例从目标设定、组织保障、责任到人、动作细化、频繁检查和每日激励六个非常简单的管理动作入手，让大家看到真正改善企业的产品品质，不需要多么高深的知识和技术，只需要现场对老员工和基层管理者进行调动和约束。

中间两个技术管理案例针对的问题是：

- 技术人员经常以技术工作充满灵感和创意为理由而排斥企业管理。
- 技术人员会以自己的技能为资本挑战公司权威。
- 技术工作较难进行工作任务的细化、时间分段和进度跟进，难以进行以天为单位的考核。

这两个案例从技术部门的流程规范到技术人员的工作细分、任务的时间分段、每日考核等方面，让大家看到技术部门和技术人员照样需要管理，而且技术管理带来的效益绝不少于技术创新带来的效益。

后三个案例针对的问题是：

- 现场管理混乱，车间半成品堆积。
- 工效达标率低，拉线不平衡问题严重，企业没有统筹改善的部门和人员。
- 有的企业有统筹改善的部门和人员，但这些人不下现场、不去改善，其职能职责流于形式。
- 员工操作随意性大，大量浪费无人关注。

这三个案例从现场频繁调整、制定数据标准、随时觉知偏差等动作入手，让大家看到提升效率其实非常简单，重要的是你要随时随地去观察、去调整。

第三大部分（第三册）为人员管控模块，共五个案例。

前三个薪酬改革与绩效考核案例针对的问题是：

- 公司薪酬体系不合理，很难留住老员工，员工流失率居高不下；或者老员工混日子，新员工没有积极性。
- 很多企业也有绩效考核，但主观评分的比重大，很难客观评估每个人的工作绩效，导致员工一考就跑，要么就变成变相调工资。
- 有的企业的绩效考核搞得像模像样，但数据不真实，最终企业不肯兑现承诺，员工情绪很大。
- 绩效考核指标定得太多或太高，员工根本达不到，最终考核流产。

这三个案例从生产运作流程的理顺、岗位职责的动作规范、指标的逐步完善等方面，让大家看到有效的考核是帮人而非控人的思想。

后两个执行力提升的案例针对的问题是：

- 企业管理人员朝夕相处，“凡事过得去就行”的现象随处可见，相互究责

意识淡薄。

- 口头文化严重，随意承诺盛行，检查机制缺失。

这两个案例从横向问责机制的建立及稽核机制的建立入手，让大家看到反复检查和相互互责的力量，更让大家明白企业的管理重在发挥每个员工的管理作用。

要相信：执行是检查出来的，执行率比执行力有用得多。

这套案例采取一人讲述、一人点评的方式，互动探讨使案例展示的过程、细节显得更加生动和深刻。

欧博的曾子豪副总经理担任此套案例的讲述工作。他长期负责欧博企业管理研究所的项目管理工作，可以说，每个案例的细节策划和跟进调整，他都参与其中，他的讲述将让你身临其境。

本人作为欧博的创始人及领导者，主持了所有案例项目的策划管理工作。在本人的意识中，所有案例都在陈述一件事：工厂有巨大的潜力可挖，工厂的人有巨大的潜力可挖，但他们因为不自信和错觉而一直低效甚至无效地工作。

欧博经过十二年几百家企业上千个案例的经历证明：只要我们转变观念，一步一步脚踏实地地改变自己、改变做法，我们的工厂、我们自己都会得到巨大的回报。相信我！这是真的！

我们不需太多的知识和技能，只需要改变，而且是很细小的改变。一直改下去，奇迹就会发生！

非常感谢许兆锋、赵贵忠、张应春、吴永和、王建华、陈阳左、甘国轩、陈生、陆永满、衡阳、刘应佑、刘红军、付继清、陈宋云、曾明、毛万会、田科学、罗正纯等人的辛苦付出，他们是这些案例的执行人、实操者，向他们致敬！

中国的管理学界应该记住一群普通人的名字：徐军、陈志国、贺绍德、邱顺华、谭炳炎、黄一平、王雁秋、洪光波、杜斌、段兰勇、冯景宏、唐海雄、梁冬春、邓辉龙、李永强、邹意中、张勇、陈湘君、蔡炎军、李军辉、赖东海、孙亚军、毛阳涛、钟顺达……他们与前面那些战友一道，都同属于欧博团队。他们的工作都是为了同一个目标：为中国大量的普通工厂找到一个属于自己的管理模式！

一个制造业大国一定有属于自己的、可以复制的工厂管理模式！这是欧博人坚定的信念，他们为此而工作、而生活、而痛苦、而快乐、而永恒！

曾伟

2014年3月12日于广州

2014 新书预告：“变局”系列丛书

实体店销量下滑、线上线下冲突不断,互联网、大数据、OTO……,市场一线的压力让企业痛苦,扑面而来的新名词、新玩法又让企业焦虑甚至恐惧。

谁都不想成为恐龙,怎么办?希望2014年陆续推出的“变局”系列丛书,能帮助企业看清方向,心中有数!

- 《**变局下的营销模式升级**》程绍珊 叶宁著

营销模式怎么变,无外乎三种方式:客户驱动模式、技术驱动模式、资源驱动模式!

- 《**变局下的白酒企业重构**》杨永华著

白酒行业从扩容式增长——“你增长,我也增长”,变成竞争式增长——“你死我活”,产业整合大势中,谁能活下来?需要哪些条件?怎样才能做到?

- 《**变局下的快消品营销实战策略**》杨永华著

通胀了,成本增加,涨价也不是长久办法,如何从一招一式的被迫应战变成心中有数“系统战”?

- 《**变局下的工业品企业7大机遇**》叶敦明著

产业链条的整合机会、盈利模式的复制机会、营销红利的机会、工业服务商转型机会、渠道的合纵连横机会、借船出海的资本机会、电商机会……

- 《**变局下的农牧企业9大成长策略**》彭志雄著

食品安全、纵向延伸、横向联合、品牌建设……是挑战,又都是机遇!

- 《**变局下的……**》敬请关注

为了帮助读者更快、更方便地找到自己需要的书,让书发挥最大价值,我们精心制作了这份导读,希望对大家有所帮助!

博瑞森的书,最适合谁来读?

经营者(老板、总经理、董事长、企业家、合伙人、厂长等)和**管理者**(企业高层、中层和部分基层管理者)以及企业的**骨干员工**(思考如何为企业创造更大的价值),你就是我们的读者,共同的战友!

因为我们相信,你就是影响企业发展大局的关键人物,影响你,帮助你,和你共同学习成长,就是和中国企业一起成长!

博瑞森的书,最大特点?

我们坚持“企业视角,本土实践”的出版理念,要对企业实践产生实实在在的作用。

“本土”——理论和思想可以来自古今中外,但一定要适应本土;

“实战”——作者都是从企业、市场中摸爬滚打出来的,实战性是渗到骨子里的;

博瑞森的书,怎样“读”,作用好?

免费电子版,手机随时“读”

我们 90% 的书都提供免费的全文电子版,下载到手机(或 Pad、电脑)里,让惜时如金的你,获得最大程度的阅读自由!

操作方法:回复图书编号(封底部或内文第 1 页底部的 4 位数字)和你的邮箱地址。例如回复“1205 + zhang *** @ 126. com”到手机 13611149991,2 个工作日内即可在邮箱收到图书的全文电子版。

QQ 群,读者间讨论着“读”

加入“博瑞森读者群(202230847、190415943)”的 QQ 讨论群,你的困惑、感受和读者、作者随时深入讨论!

操作方法:入群口令为“图书名称+手机号”。提个醒,群里有事说事,别乱发广告、搞笑段子,会被踢的。

作者见面会,带着问题“读”

“书看了,很好,但还是不知道该怎么办!”——正常,实践没有那么容易。参加作者见面会,带着自己的问题,现场指点很重要!

操作方法:作者见面会每月都有,不收取任何费用。加入我们的微信公号

(bookgood2005) 查看或给 bookgood2014@126.com 发封邮件, 咨询详情。

微信、书摘邮件, 天天点滴“读”

“书太厚, 不容易读”——通过我们的微信公号 (bookgood2005) 或者你的个人邮箱, 你每周都会收到 2 次博瑞森书的精品书摘, 三五百字, 便于精华快速地吸收。

操作方法: 加入我们的微信公号, 或回复你的邮箱地址即可。

更多方式的“读”

我们知道, 以上这些还远远不够, 你的感受、不满随时告诉我们 (13611149991, bookgood@126.com), 我们一起创造更多、更精彩的“读”……

分类导读图 + 书目



更多实战好书, 请关注“博瑞森图书直营店一淘宝网”

 <http://qiyeshudian.taobao.com/>

行业类：零售、白酒、食品/快消品、农业、医药、建材家居			
	书名·作者	内容/特色	读者价值
零售	涨价也能卖到翻 村松达夫 【日】	提升客单价的 15 种实用、有效的方法	日本企业在这方面非常值得学习和借鉴
	1. 总部有多强大,门店就能走多远 2. 超市卖场定价策略与品类管理 3. 连锁零售企业招聘与培训破解之道 【3 待出版】 IBMG 国际商业管理集团 著	国内外标杆企业的经验 + 本土实践量化数据 + 操作步骤、方法	通俗易懂,行业经验丰富,宝贵的行业量化数据,关键思路和步骤
	零售:把客流变成购买力 丁 昀 著	如何通过不断升级产品和体验式服务来经营客流	如何进行体验营销,国外的好经营,这方面有启发
	变局下的白酒企业重构 杨永华 郭旭 著	帮助白酒企业从产业视角看清趋势,找准位置,实现弯道超车的书	行业内企业要减少 90%,自己在什么位置,怎么做,都清楚了
白酒	1. 白酒营销的第一本书 2. 白酒经销商的第一本书 唐江华 著	华泽集团湖南开口笑公司品牌部长,擅长酒类新品推广、新市场拓展	扎根一线,实战
	乳业营销第一书 侯军伟 著	对区域乳品企业生存发展关键性问题的梳理	唯一的区域乳业营销书,区域乳品企业一定要看
食品	食用油营销第一书 余 胜 著	10 多年油脂企业工作经验,从行业到具体实操	食用油行业第一书,当之无愧
	中国茶叶营销第一书 柏 龔 著	如何跳出茶行业“大文化小产业”的困境,作者给出了自己的观察和思考	不是传统做茶的思路,而是现在商业做茶的思路
	变局下的快消品营销实战策略 杨永华 著	通胀了,成本增加,如何从被动应战变成主动的“系统战”	作者对快消品行业非常熟悉、非常实战
	调味品营销第一书 陈小龙 著	国内唯一一本调味品营销的书	唯一的调味品营销的书,调味品的从业者一定要看
农业	农资营销实战全指导 张 博 著	农资如何向“深度营销”转型,从理论到实践进行系统剖析,经验资深	朴实、使用!不可多得的农资营销实战指导
	农产品营销第一书 胡浪球 著	从农业企业战略到市场开拓、营销、品牌、模式等	来源于实践中的思考,有启发
	变局下的农牧企业成长 9 大策略 彭志雄 著 【待出版】	食品安全、纵向延伸、横向联合、品牌建设……	唯一的农牧企业经营实操的书,农牧企业一定要看
医药	新医改下医药营销与团队管理 史立臣 著	探讨新医改对医药行业的系列影响和医药团队管理	帮助理清思路,有一个框架
	医药营销与处方药学术推广 马宝琳 著	如何用医学策划把“平民产品”变成“明星产品”	有真货、讲真话的作者,堪称处方药营销的经典!
	新医改了,药店就要这样开 尚 锋 著	药店经营、管理、营销全攻略	有很强的实战性和可操作性
建材家居	建材家居营销实务 程绍珊 杨鸿贵 主编	价值营销运用到建材家居,每一步都让客户增值	有自己的系统、实战
	建材家居门店销量提升 贾同领 著	店面选址、广告投放、推广助销、空间布局、生动展示、店面运营等	门店销量提升是一个系统工程,非常系统、实战
工业品	工业品解决方案营销真案例 刘祖朝 著 【待出版】	用 10 个真案例讲明白什么是工业品的解决方案式营销,实战、实用	有干货、真正操作过的才能写得出来
	变局下的工业品企业 7 大机遇 叶敦明 著 【待出版】	产业链条的整合机会、盈利模式的复制机会、营销红利的机会、工业服务商转型机会……	工业品企业还可以这样做,思维大突破
金融	精品银行管理之道 崔海鹏 何屹 主编	中小银行转型的实战经验总结	中小银行的教材很多,实战类的书很少,可以看看

续表

经营类:企业如何赚钱,如何抓机会,如何突破,如何“开源”			
	书名·作者	内容/特色	读者价值
抓方向	让经营回归简单·升级版 宋新宇 著	化繁为简抓住经营本质:战略、客户、产品、员工、成长	经典,做企业就这几个关键点!
	公司由小到大要过哪些坎 卢强 著	老板手里的一张“企业成长路线图”	现在我在哪儿,未来还要走哪些路,都清楚了
	企业二次创业成功路线图 夏惊鸣 著	企业曾经抓住机会成功了,但下一步该怎么办?	企业怎样获得第二次成功,心里有个大框架了
	老板经理人双赢之道 陈明 著	经理人怎养选平台、怎么开局,老板怎样选/育/用/留	老板生闷气,经理人牢骚大,这次知道该怎么办了
	企业文化的逻辑 王祥伍 黄健江 著	为什么企业绩效如此不同,解开绩效背后的文化密码	少有的深刻,有品质,读起来很流畅
	使命驱动企业成长 高可为 著	钱能让一个人今天努力,使命能让一群人长期努力	对于想做事业的人,‘使命’是绕不过去的
思维突破	跳出同质思维,从跟随到领先 郭剑 著	66个精彩案例剖析,帮助老板突破行业长期思维惯性	做企业竟然有这么多玩法,开眼界
	7个转变,让公司3年胜出 李蓓 著	消费者主权时代,企业该怎么办	这就是互联网思维,老板有能这样想,肯定倒不了
	麻烦就是需求 难题就是商机 卢根鑫 著	如何借助客户的眼睛发现商机	什么是真商机,怎么判断、怎么抓,有借鉴
管理类:效率如何提升,如何实现经营目标,如何“节流”			
	书名·作者	内容/特色	读者价值
通用管理	1. 让管理回归简单·升级版 2. 让用人回归简单 3. 让经营回归简单·升级版 宋新宇 著	宋博士的“简单”三部曲,影响20万读者,非常经典	被读者热情地称作“中小企业的管理圣经”
	边干边学做老板 黄中强 著	创业20多年的老板,有经验、能写、又愿意分享,这样的书很少	处处共鸣,帮助中小企业老板少走弯路
	阿米巴经营的中国模式 李志华 著	让员工从“要我干”到“我要干”,价值量化出来	阿米巴在企业如何落地,明白思路了
	欧博心法:好管理靠修行 曾伟 著	用佛家的智慧,深刻剖析管理问题,见解独到	如果真的有‘中国式管理’,曾老师是其中标志性人物
	1. 用流程解放管理者 2. 用流程解放管理者2 张国祥 著	中小企业阅读的流程管理、企业规范化的书	通俗易懂,理论和实践的結合恰到好处
	走出薪酬管理误区 全怀周 著	剖析薪酬管理的8大误区,真正发挥好枢纽作用	值得企业深读的实用教案
人力资源	回归本源看绩效 孙波 著	让绩效回顾“改进工具”的本源,真正为企业所用	确实是来源于实践的思考,有共鸣
	集团化人力资源管理实践 李小勇 著	对搭建集团化的企业很有帮助,务实,实用	最大的亮点不是理论,而是结合实际深入剖析
	人才评价中心·超级漫画版 邢雷 著	专业的主题,漫画的形式,只此一本	没想到一本专业的书,能写成这效果
	我的人力资源咨询笔记 张伟 著	管理咨询师的视角,思考企业的HR管理	通过咨询师的眼睛对比很多企业,有启发
	本土化人力资源管理8大思维 周剑 著	成熟HR理论,在本土中小企业实践中的探索和思考	对企业的现实困境有真切体会,有启发
企业文化	华夏基石方法:企业文化落地本土实践 王祥伍 谭俊峰 著	十年积累、原创方法、一线资料,和盘托出	在文化落地方面真正有洞察,有实操价值的书
	企业文化的逻辑 王祥伍 著	为什么企业之间如此不同,解开绩效背后的文化密码	少有的深刻,有品质,读起来很流畅
	企业文化激活沟通 宋杼宸 安琪 著	透过新任HR总经理的眼睛,揭示出沟通与企业文化的关系	有实际指导作用的文化落地读本

续表

生产管理	高员工流失率下的精益生产 余伟辉 著	中国的精益生产必须面对和解决高员工流失率问题	确实来源于本土的工厂车间,很务实
	车间人员管理那些事儿 岑立聪 著	车间人员管理中处理各种“疑难杂症”的经验和方法	基层车间管理者最闹心、头疼的事,‘打包’解决
	1. 欧博心法:好管理靠修行 2. 欧博心法:好工厂这样管 曾 伟 著	他是本土最大的制造业管理咨询机构创始人,他从400多个项目、上万家企业实践中锤炼出的欧博心法	中小制造型企业,一定会有很强的共鸣
	欧博工厂案例1:生产计划管控对话录 欧博工厂案例2:品质技术改善对话录 欧博工厂案例3:员工执行力提升对话录 曾 伟 著 【待出版】	最典型的问题、最详尽的解析,工厂管理9大问题27个经典案例	没想到说得这么细,超出想象,案例很典型,照搬都可以了
营销类:把客户需求融入企业各环节,提供“客户认为”有价值的东西			
	书名·作者	内容/特色	读者价值
营销模式	变局下的营销模式升级 程绍珊 叶宁 著	客户驱动模式、技术驱动模式、资源驱动模式	很多行业的营销模式被颠覆,调整的思路有了!
	卖轮子 科克斯 【美】	小说版的营销学!营销核心理念巧妙贯穿其中,贵在既有趣,又有深度	经典、有趣!一个故事读懂营销精髓
	弱势品牌如何做营销 李政权 著	中小企业虽有品牌但没名气,营销照样能做的有声有色	没有丰富的实操经验,写不出这么具体、详实的案例和步骤,很有启发
组织和团队	升级你的营销组织 程绍珊 吴越舟 著	用“有机性”的营销组织力替代“营销能人”,把营销团队变成“铁营盘”	营销队伍最难管,程老师不愧是营销第1操盘手,步骤、方法都很成熟
	用数字解放营销人 黄润霖 著	通过量化帮助营销人员提高工作效率	作者很用心,很好的常备工具书
	成为优秀的快消品区域经理 伯建新 著	37个“怎么办”分析区域经理的工作关键点	可以作为区域经理的‘速成催化器’
	一位销售经理的工作心得 蒋 军 著	一线营销管理人员想提升业绩却无从下手时,可以看看这本书	一线的真实感悟
案例	我们的营销真案例 联纵智达研究院 著	五芳斋粽子从区域到全国/诺贝尔瓷砖门店销量提升/利豪家具出口转内销/汤臣倍健的营销模式/娃哈哈联销体	选择的案例都很有代表性,实在、实操!
	招招见销量的营销常识 刘文新 著	如何让每一个营销动作都直指销量	适合中小企业,看了就能用
产品	产品炼金术 史贤龙 著	帮助企业对打造畅销产品有一个全局性、框架性的认识	必须具备的思维和方法,避免在产品上再犯大的错
品牌	中小企业如何建品牌 梁小平 著	中小企业建品牌的入门读本,通俗、易懂	对建品牌有了一个整体框架
	采纳方法:破解本土营销8大难题 朱玉童 编著	全面、系统、案例丰富、图文并茂	希望在品牌营销方面有所突破的人,应该看看
渠道通路	传统行业如何用网络拿订单 张 进 著	给老板看的第一本网络营销书	适合不懂网络技术的经营决策者看
	采纳方法:化解渠道冲突 朱玉童 编著	系统剖析渠道冲突,21个最新的渠道冲突案例、情景式讲解,37篇专题讲义	系统、全面
	快消品营销与渠道管理 谭长春 著	将快消品标杆企业渠道管理的经验和方法分享出来	可口可乐、华润的一些具体的渠道管理经验,实战



欧博工厂管理丛书

书名及作者	内容简介
欧博心法：好管理靠修行 曾伟 著	曾伟既是佛学的资深研究者，又多年从事工厂管理咨询工作，自己也是老板，深谙管理之道，本书做到了深入浅出地讲解佛理与其中的管理智慧
欧博心法：好工厂这样管 曾伟 著	工厂管理无非就是：人难管、事难控，本书从管人和管事两个方面帮助读者解决问题，分享了欧博多年实践中总结的方法、经验
欧博工厂案例 1：生产计划管控对话录 曾伟 曾子豪 著	欧博实行驻厂式咨询，本书精选 8 个关于生产计划的落实案例，采用对话的方式，对实操案例进行了夹叙夹议的讲解，从问题分析到解决方案提出，最后重点在如何帮助工厂一步步落实，案例系统、细节、全面、实操
欧博工厂案例 2：品质技术改善对话录 曾伟 曾子豪 著	本书精选 8 个关于工厂品质管理的落实案例，从问题分析到解决方案提出，最后重点在如何帮助工厂一步步落实，案例系统、细节、全面、实操
欧博工厂案例 3：员工执行力提升对话录 曾伟 曾子豪 著	本书精选 7 个案例，关于工厂成本控制、人员绩效考核、薪酬方案制定、细节管理提升效率、内部横向控制、人员执行力提升几个具体问题，采用对话的方式，案例系统、细节、全面、实操

案例一 DJ 公司如何通过现场改善提升品质—— 窝点不良攻关案例介绍

- 一、进驻前 DJ 公司的发展状况 / 002
- 二、第一层觉知：窝点不良率的统计 / 004
- 三、第二层觉知：造成窝点不良的原因分析 / 006
- 四、第三层觉知：形成问题改善的具体动作 / 008
- 五、第四层觉知：攻关过程中动作细化 / 019
- 六、第五层觉知：攻关过程中人员心理障碍的突破 / 027
- 七、第六层觉知：老问题新发现，板材来料改善 / 032
- 八、第七层觉知：窝点责任按工序区分 / 034
- 九、DJ 公司窝点不良攻关案例总结 / 037

案例二 如何通过现场改善提升品质——DG 公司 喷粉不良攻关案例介绍

- 一、进驻前 DG 公司的状况 / 040
- 二、第一层觉知：喷粉合格率的统计 / 041
- 三、第二层觉知：喷粉不良点的统计 / 043
- 四、第三层觉知：导致喷粉前三项不良的原因分析 / 044
- 五、第四层觉知：形成问题改善的具体动作 / 047
- 六、第五层觉知：攻关动作必须要求反复做 / 054
- 七、第六层觉知：要求必须反复检查攻关动作 / 055
- 八、第七层觉知：要求攻关动作必须反复总结和评价 / 057
- 九、攻关前后数据变化 / 059

案例三 HZ 公司如何通过五重排查控制品质

- 一、进驻前 HZ 公司的状况 / 064
- 二、第一层觉知：统计物料品质异常数据 / 066
- 三、第二层觉知：物料品质异常的历史问题排查 / 067
- 四、第三层觉知：产前历史问题的解决排查 / 068
- 五、第四层觉知：前工序物料的品质实装排查 / 071
- 六、第五层觉知：品质实装问题记录和改善排查 / 081
- 七、第六层觉知：执行过程中要频繁进行检查 / 082
- 八、第七层觉知：执行动作要频繁总结和激励 / 083
- 九、HZ 公司五重排查控制品质案例总结 / 084

案例四 如何通过排查试验提升品质——JM 公司 品质改善攻关案例介绍

- 一、进驻前 JM 公司的状况 / 088
- 二、第一层觉知：数据统计 / 089
- 三、第二层觉知：针对喷粉不良进行改善 / 089
- 四、第三层觉知：针对碰花不良进行改善 / 097
- 五、第四层觉知：针对包装终检动作进行改善 / 099
- 六、攻关效果与启示 / 106

案例五 如何通过现场改善提升品质——WG 陶瓷 公司联合车间品质改善案例介绍

- 一、进驻前企业情况 / 110
- 二、第一层觉知：对空窑时间进行统计 / 111
- 三、第二层觉知：对导致空窑时间长的原因进行分析 / 112
- 四、第三层觉知：形成问题改善的具体动作 / 114
- 五、第四层觉知：对动作执行进行检查 / 136
- 六、第五层觉知：对动作进行频繁总结和评价 / 141
- 七、攻关总结 / 144

案例六 如何做好工程技术管理——JZJ 公司缩短 非标产品出货周期之案例介绍

- 一、进驻前企业状况 / 148
- 二、第一层觉知：非标产品设计和生产流程分析 / 149
- 三、第二层觉知：整个流程中各项动作的问题分析 / 153
- 四、第三层觉知：非标产品设计和生产流程改善分析 / 156
- 五、攻关效果总结 / 170

案例七 如何做好工程技术管理——LH 集团缩短 新产品量试周期案例介绍

- 一、进驻前企业存在的问题 / 174
- 二、运作思路 / 175
- 三、第一层觉知：现状分析 / 177
- 四、第二层觉知：影响开发进度的主要原因分析 / 178
- 五、第三层觉知：改善对策及具体动作 / 180
- 六、第四层觉知：执行过程中要频繁进行检查 / 191
- 七、第五层觉知：进行方案总结，动作的优化、固化和持续改善 / 194
- 八、攻关效果总结 / 201

案例八 如何通过现场改善提升生产效率——SH 公司 生产效率提升攻关案例介绍

- 一、进驻前企业的状况 / 204
- 二、第一层觉知：现状分析 / 205
- 三、第二层觉知：主要原因分析 / 205
- 四、第三层觉知：样板拉打造的动作分析 / 207
- 五、第四层觉知：样板动作推广，拉线工效日排查和总结 / 214
- 六、第五层觉知：推广过程中的问题觉知和解决 / 216
- 七、攻关前后数据的变化与感想 / 218