

# 《精益服务解决方案：公司与顾客》

## 图书基本信息

书名：《精益服务解决方案：公司与顾客共创价值与财富（白金版）》

13位ISBN编号：9787111546954

出版时间：2016-9

作者：詹姆斯P.沃麦克（James P. Womack），丹尼尔T.琼斯（Daniel T. Jones）

页数：240

译者：陶建刚,罗伟,陆明明

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《精益服务解决方案：公司与顾俊》

## 内容概要

我们的消费行为必须解决实际的问题，比如收听音乐、去饭店用餐或是购买住房。然而提供商和消费者之间常常存在着很大的脱节，比如你购买电脑，需要自行安装大部分常用软件，好不容易弄好了，电脑却死机了，拨打客服后，软件提供商和硬件提供商相互踢皮球，等了很长时间，花了不少钱，才解决了问题。你还会推荐你的朋友购买这个品牌的电脑吗？

客户真正想要的产品和服务是怎样的呢？我们需要根据最基本的原则，重新思考消费，把消费当作一种流程，这一改善后的流程被称为“精益消费”。然后，我们从消费端往前倒推，在消费者所需的时间和地点，向他们提供真正需要的产品和服务，同时不给消费者增加负担，这一流程被称为“精益供应”。

本书将介绍企业如何让真正的精益供应与真正的精益消费密切结合，使消费者的消费体验更满意，员工能更满意，供应者能赚取更多的利润，实现三赢的局面，让供应者、员工和消费者一起奉献精益解决方案。

# 《精益服务解决方案：公司与顾俊》

## 作者简介

詹姆斯 P. 沃麦克 James P. Womack

前MIT资深教授，为企业提供精益咨询，也向小型制造厂投资。他创办了精益企业研究所（LEI）并担任所长，这家研究所是一个非营利教育和研究机构，致力于精益思想的传播和应用。

丹尼尔 T. 琼斯 Daniel T. Jones

他创办了英国精益企业研究院（LEA）并担任院长。这家研究院分担了精益企业研究所在提升精益意识方面的任务，并将精益知识应用于一系列的行业。

两人合作分析全球行业趋势达20年以上，其间成果包括《改变世界的机器》《精益思想》《精益服务解决方案》。

## 书籍目录

序言 从精益生产到精益服务解决方案	
导论 精益消费与精益供应	1
消费是一个解决问题的流程	1
消费者真正需要什么	4
精益消费六大原则	5
精益供应的挑战	6
第1章 学习观察消费	8
观察消费者现场	9
绘制消费流程图	11
从消费流程到消费者体验	12
感知时间和时钟时间	14
无偿工作随处可见	16
第2章 学习观察供应	18
观察提供商现场	19
绘制供应流程图	21
工作人员真正需要什么	23
将两张图合并	25
破碎的流程无赢家	26
糟糕流程世界中的优秀人员	26
第3章 彻底解决消费者的问题	28
理解并消除问题才能彻底解决问题	30
使用智能反馈来解决确实会出现的问题	32
智能反馈在运行	35
外包和离岸：用错误答案回答错误的问题	39
每一个消费问题都是一次绝佳的机会	40
解决问题且不浪费顾客时间	41
第4章 不要浪费消费者的时间	42
流程决定耗费的时间	44
如何创建节省每个人时间和金钱的精益流程	48
西芒：实施精益服务的案例研究	52
节省每个人时间的简单规则	56
消除医疗中的时间浪费：“开放式就诊”的胜利	58
开放式就诊之外：你真的需要去看医生吗	61
少了一颗马蹄钉	62
第5章 给消费者真正想要的产品	63
制鞋业的供应逻辑	64
“你找到你正在寻找的所有东西了吗？”	66
传统超市如何尽力提供给你想要的东西	68
精益供应如何以更低成本提供给你真正想要的东西	70
精益供应怎样通过快速补货发挥实际作用	72
提供顾客所需，需要什么条件	73
进一步压缩供应流程	77
新的精益选址逻辑	81
每种产品的精益选址逻辑	84
下一个挑战：节省消费者的时间并减少麻烦	86
第6章 在消费者想要的地方提供价值	87
传统的供应布局	93

如何在您正需要的地方提供您正想要的商品	94
完成精益转型	95
在便利店提供更多种类商品	96
建立理想的商店	97
遍布世界的“水蜘蛛”	99
机械式购物和体验式购物	101
精益供应格局的兴起	102
我们什么时候需要我们想要的东西	103
第7章 在消费者需要的时候解决问题	104
当前供需关系的暂时偏离	106
三天交车	109
默认选择	111
从不景气行业得到的启发	111
供需关系暂时偏离的彻底改变	113
建立不同类型供应价值流的渠道	116
向消费者提供他们真正想要的产品	118
第8章 精益供应的挑战：管理人员的角色	119
流程思维是战略思维和财务思维的必要补充	119
精益转型所需的精益领导力	121
精益转型方法	123
将精益转型方法应用在供应价值流中的示例	127
实现精益消费的飞跃	130
在“大盒子”公司实施精益	130
在社区店实施精益	132
网络购物实施精益	134
从领悟到行动	136
创建精益消费价值流	138
维持精益领导力	139
从简单问题到复杂问题	140
第9章 给消费者真正想要的解决方案：精益企业家的角色	142
解决方案矩阵	143
长途旅行问题	144
辐射式空运系统	145
点到点支线航空	149
专用私人飞机	152
想象精益航空旅行	155
增强型辐射式空运系统	155
增强型点到点支线航空	156
商务点到点支线航空	156
完成解决方案矩阵	160
迈向精益医疗	162
传统诊断路径	162
想象用精益方案来更好地解决问题	166
增强型传统诊断	166
专用诊断路径方案	167
持续改善解决更少的问题	172
第10章 一劳永逸地解决消费者的所有问题	173
省心的信息与通信管理	174
一个解决方案解决一个核心问题	176

# 《精益服务解决方案：公司与顾俊》

住房	176
医疗	178
出行	179
财务管理	181
常规购物（个人物流）	182
解决方案的迁移：从小问题、小方案到大问题、大方案	184
提供解决方案的架构	186
解决方案思维方式的巨大潜在效益	188
均衡化需求	189
信息技术如何支持解决方案经济	191
解决方案思维方式的社会效益	193
解决方案思维方式的挑战	193
解析挑战	194
解决方案的机会	197
结论 精益服务解决方案	198
致谢 本书背后的故事	201
注释	208
参考文献	222

# 《精益服务解决方案：公司与顾俊

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)