

讲解器品牌的质量与顾客、竞争、变化有主要关系

产品名称	讲解器品牌的质量与顾客、竞争、变化有主要关系
公司名称	成都腾辰数码科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	品牌:科音达 型号:KYD-106 产地:四川成都
公司地址	成华区建设北路龙湖三千集A座7楼
联系电话	13111893275

产品详情

当今世界的经济和社会环境正在发生前所未有的变化，驱动和影响组织和社会经济活动的重要的力量是被3C的变化（change）、顾客（customer）、和竞争（competition）所影响。

当代环境的特征主要有三点，一是日益剧烈的变化（变化是当今环境主要是特征，也如人们时常所说的，当今的工商企业除了变化本身之外，没有什么东西是不变的，变化成了司空见惯的现象，变化的速度和频率在不断的提高，包括企业中的发展，产品发展，技术发展，社会文化等领域，社会文化就是人与自然的和谐共生）。

领悟：所以产品的提升不能一成不变，电子产品，参观接待使用的一对多讲解器行业也一样，日益剧烈的变化，顾客的需求变化，社会环境的变化，讲解器都应该跟着变化而变化，才能够晋升与企业共同成长。

二是掌握主导权的顾客（顾客与提供产品和服务的组织之间力量对比已经发生逆转了，主导权明确的转变到了顾客手中。顾客明确的知道自己需要什么，清楚自己应当为这种需要付出相应的价钱，也懂得如何使卖主按照自己的意愿就范。有一句话说的好：如果你不能关照好自己的顾客，别人会的。这个时候能否满足顾客的需要成为了企业发展与生存的关键，而平均意义上的顾客已经不复存在了）。

例，不管你所处什么行业，不管是从古至今，你所接触的行业都会告诉你，一切要以人为本。古代帝王所打下的江山总是更迭变换过快，为什么呢？因为那句得民心者得天下，你失去了民心，你就失去了信任。后来居上者的天时地利人和都是赢在了民心，所以以人为本固然是重要的。现代企业当中的以人为本主要凸显在顾客至上，你要先尊重顾客，顾客才会相信你，你要先满足了顾客的需求，顾客才会抬头

看看你。一个好的产品为什么成为好的产品，是因为顾客拥有主导权，是因为满足了购买它的消费者的需求。

三是无所不在的竞争（无所不在的竞争成了变化与顾客之外的第三种力量，当今市场竞争无论是从规模、范围还是从激烈程度上看都是前所未有的，竞争覆盖了大部分的社会领域，同时也超越了地区、果家，而且越来越呈现出国际化的特征。更低的价格、更高的质量、更优的服务和更快的速度成为各个企业的标准，在价格、质量、服务、速度方面处于劣势的企业将会被逐出竞技场外。所以在这种情况以外，除了成为拔尖儿的，别无他法）

例，成都这家科音达讲解器品牌，在价格、质量、服务、速度方面都作为产品的主要把关标准，产品低中高三类价格分三种消费者的平均消费水平来规划，消费水平低，可以选择导游款讲解器（TC-309），质保三年，修不好返厂换新，售后无忧；而消费水平在中等的，就可以选择大众版讲解器（TC-202），质保一年，是免费换新（只换新不维修），质量问题免费换新，对普通大众顾客有了更好的售后保障，不会为价低品质不好而担忧；消费水平在高水平类的，就可以选择政企版讲解器（KYD-128）作为主要使用产品，质保两年，免费换新（只换新不维修），给了高水平消费者一个利益的保障，信任与无忧使用是与顾客之间的默契。

顾客、竞争以及变化这三个C使得工商企业变成了一个崭新的世界，在这个世界中，一个组织要适应环境的要求生存下去并在竞争中取胜，就必须学习成为学习型组织，这意味着需要具备爱所谓的FEII特征，也就是需要快速（FAST）、灵活（FLEXIBLE）、勇于创新（INNOVATION）并且能够持续不断的改进（IMPROVEMENT），这个改进不管是组织本身也好，不管是组织内的业务也好，或者是企业主打产品也好都需要不断改进。简单的来说，1.彻底的顾客导向2.强有力的领导3.面向过程的管理4.彼此信任的文化，这四点就是组织发展的根本。

关于企业研发的产品，“质量”是很重要的，美国质量管理专家朱兰博士认为“质量”就是具有“好”的产品特征（可以这样理解，高质量的目的指的是在实现更高的顾客满意度，从而来实现收益的增加）。还认为“质量”意味着免于不良，即没有那些需要返工或者会导致现场失效、顾客不满、顾客投诉等的差错（可以这样理解，“质量”就是没有“不好”。）

前面一种“质量”是顾客满意度的源泉，后面一种“质量”则是顾客不满的原因。那怎样在产品上面结合这两种质量要求呢？拿讲解器来说，成都科音达讲解器品牌售后承诺是有任何质量问题，都会采用两年内只换不修的售后服务来兑现。再看看这讲解器品牌自上市起，使用时无现场失效情况、无顾客不满情况、无顾客投诉等差错，使用顾客40万+，期间截止现在零事故，质量安全有良好的保障。你看，除了产品本身的质量过关以外，售后保障，响应速度快也是体现出质量要求的一种。