

质量观念演讲稿(优质5篇)

演讲稿要求内容充实，条理清楚，重点突出。在社会发展不断提速的今天，演讲稿在我们的视野里出现的频率越来越高。那么演讲稿怎么写才恰当呢？下面是小编为大家整理的演讲稿，欢迎大家分享阅读。

质量观念演讲稿篇一

大家下午好！

首先要感谢“质量月活动”为我们大家提供了这样一个探讨和思索的平台，让我们能够用心去解读质量对于一个企业的重要意义和对我们每位员工的密切联系。

无数知名品牌都向我们展示了这样一个道理：在高速发展、竞争激烈的社会环境中，一个企业要想求生存、谋发展，首先就要打造一流的质量、一流的产品，用一流的产品去赢得用户的青睐和信赖，从而开创一流的品牌和市场。

只有这样，企业才能够实现它的最大价值，并给予企业员工更多的物质回报，同时在风云变幻的市场浪潮中高瞻远瞩、乘风破浪、披荆斩棘、巍然不倒。

在中国，依靠过硬的产品质量发展壮大的企业当中，青岛海尔可谓独树一帜。

让我们看一下80年代中期的海尔是如何把质量理念深入人心的：1984年海尔的前身还是一个亏损147万元的集体小厂，员工质量意识非常淡漠。

在规模、品牌都绝对劣势的情况下，海尔审时度势提出了自己的质量理念：有缺陷的产品就是废品！1985年4月，在海尔投产的1000台电冰箱中，检查出76台不合格，海尔总裁张瑞

敏毫不犹豫、亲自带头把有缺陷的76台冰箱当场砸了个粉碎，在场的职工看到自己的劳动果实没有转化为市场价值而是变成了一堆废铁，都流下了羞愧的泪水。

职工内心的强烈震撼和领导层的大刀阔斧斩断了海尔员工对质量问题心存侥幸的劣根。

从此员工的质量理念得到了整合，一个崭新的海尔就在这种质量理念中起飞了，经过十几年的披波斩浪，他们凭借过硬的产品质量和售后服务质量成功地打造出了自己的品牌价值，并蜚声海外。

今天我们提及质量把关，我不禁又从海尔这件事中深深体会到了一个企业之所以走向成功的内在因素：那就是质量理念的普及和宣传正是一个企业发展壮大的前提和根基。

讲到这里，我想起了我们公司那些从生产实践当中提炼出来的、充满哲理的质量理念：今天的质量，明天的市场；用户的钞票是企业的选票；用户的口碑是企业的金杯；心中有标准，质量在手中。

这些质量理念如今已深深地扎根到我们工作的每一个环节和细节当中，今年七月总公司高瞻远瞩又展开了“质量月活动”，目的就是要以月促年，就是要让广大员工形成“天天都是质量日，月月都是质量月，年年都是质量年”的思想状态，让我们的质量意识不仅仅是停留在语言中，而是铭刻在我们的头脑中，视质量为企业的生命、视企业的生命为我们的立身之本将成为我们的生活习惯，这种良好的习惯可以高高托起公司的今天与明天。

然而把理想化为现实，把愿望结成果实，还需要集体的努力，众人的智慧！一位外国企业家说过这样一句话：没有沉不了的船，没有倒闭不了的企业，一切取决于人的努力。

这是一种深深的忧患意识，常言道“生于忧患，死于安乐”！在质量管理过程中就是要抱着这种忧患意识和“勿以善小而不为，勿以恶小而为之”的态度去狠抓产品质量，莫要躺在自满自足的小船上放任自流。

质量观念演讲稿篇二

服务是什么？服务是履行职务，为大家做事。在银行业日益同质化的今天，作为银行业从业人员，并且是隶属某一家银行的从业人员，如何在竞争中脱颖而出，是值得我们深思的问题。借着开展这次征文活动的契机，趁着周末的空闲时间，我选择了一些银行网点，去感受了一下不同银行差别化的服务体验。总的来说，在我去过农行、工行、中行、浦发银行的网点中，让我体验最好的银行网点是曾被评选为全国百家示范单位之一——浦发银行贵阳分行营业部。

浦发银行贵阳分行营业部于20xx年1月29日开业。其一直秉承“笃守诚信创造卓越”的经营理念 and “新思维心服务”的创新金融服务理念，以“服务地方经济，支持地方建设”为己任，坚持“聚焦中型、择优小型、创新大型”的客户定位，持续加大对我省国民经济重点领域的投入力度。

营业部坐落于贵阳喷水池附近。虽然门口因为在修轻轨轨道，远看显得杂乱无章，但走到网点前，门口的清洁区依旧保持整洁。该网点因为是营业部，大厅十分宽敞，功能分区明显。入目之处，左手边有功能分区指示牌，右手边是一排柜台窗口，虽然前厅很大，在周末办理业务的客户也不是很多，但并没有因此感到一丝冷清，反而感受到一股温暖的气息，这不仅不仅是因为大厅暖气开得比较足。从我一进来后，在正中央前台里的大堂经理就迎了上来，轻声询问我需要办理什么业务。在我说明要新办理一张借记卡后，大堂经理将我引导至填单处，为我指出需要填写的表格，并让我出示身份证，在此期间，大堂经理将我的身份证拿去复印，在我填好之后，

将复印好的身份证及原件、叫号纸一并递给我，为我指引了等待业务办理的休息区域才离开。到了柜台前，右边一角摆放着精心照料过的绿色植物，在右侧显眼处贴着小心财物，账号安全等提示语；抬头向两边的其他柜台看，柜面显眼处还贴着现金业务、残钞兑换处或零钞兑换处等功能分区指示牌。柜员在给我办卡的过程中，会不失时机地问我需不需要开通网上银行和手机银行。在详细询问后得到耐心解答，被告知使用手机银行只需要下载浦发银行手机银行手机客户端就可以之后，我选择办理了手机银行。在整个办理业务的过程中，柜员都是笑脸相迎，让人如沐春风。

办完卡后，在离开前大堂经理询问我有没有微信，如果有的话可以关注浦发银行信用卡的微信，这样可以免费获得两张电影票优惠券。我接受了她的建议。但我在柜台办理业务时曾向她咨询理财业务并让他给我一张理财产品介绍的宣传页，但当我离开前她都忘记向我提供宣传单，这一点有点失望。但这一点小缺憾并不影响我对浦发银行留下好印象。

一直以来都说浦发银行在对公业务方面比较得心应手，而个人业务方面相对薄弱，我只去办过一次业务，其实我我无法判断，但就服务而言，从我这个小而微的个人客户眼中，我看到了浦发银行融入服务的各种细节，这是一种经过长时间的摸索而最终形成的恰到好处的细节。

的问题与不足，这对于我行提升自身素质与竞争力，有着十分积极地意义。浦发银行也是立足与上海的地方性城市商业银行，这一点和我行有着共通之处，我们都致力于服务地方。光凭这一点，相信浦发银行有许多让我们学习之处。但是这些学习并不意味着同质化，在学习他行优点时也要结合自身结构与业务的特点，在学习的过程中不断创新，探索出一种适合我行发展的，异质化与个性化的服务营销模式。

此次征文活动本身是一次思想风暴，至少让我亲自作为客户，以实践为基础，从思想上洗礼，对我行的标准化营销能力提

升，有了新的认识与要求。贵阳银行多年来都自成立以来，始终以服务地方经济、服务中小企业、服务城市居民为己任，这是我们一直以来坚守的信念以及今后都要为之努力的目标。就像每天晨会都要高呼的我行口号一般：“提升服务，共同进步”，为此，我们都会为之努力。

今天我要演讲的题目是：《质量在我心中》。

我们面临的市场，是竞争与利润同步的市场，是经济飞速发展市场，一个企业要在竞争中乘风破浪，立于不败之地，最核心的是什么呢？那就是优良的产品质量。质量是产品的基础，没有质量，何谈发展、竞争、利润之言。尤其对于我们劳动密集型的线路板行业来说，原材料的成本增加、小型生产工厂产生的市场竞争，加剧企业的生存压力，唯有提升产品质量、保证产品合格率、减少目前的过多叉板，才是我们企业赖以生存和发展的基石。要知道，一个真正有生命的企业是因为有着厚重的质量基础作保证的，一个企业的质量形象是靠每一位员工精心打造出来的。

质量是生产过程的积累，只有生产过程中做到层层把关，点点控制，所生产的产品才有可能保证质量，成为人们心目中信得过、过的产品。“质量是企业生存之本，发展之源”此话无人不知，无人不晓。可在实际的工作当中，往往由于一时的粗心大意而把质量抛在九霄云外，顺其自然。试想，一个企业要想得到永久的生存与发展，如果没有过硬的质量、优良的产品，怎能赢得市场，赢得客户的信赖。只有打造一流的质量，才能打造一流的产品，只有拥有一流的产品，才能立于不败之地。质量在我心中，强调的是人的责任。如果发生了质量问题我们都推开，那么，企业怎么生存？这是一个态度问题。拒绝承担个人责任是人的通病。一个有责任的管理者和职工，应该为事情的结果负责。无数的事实雄辩的证明，勇于认识错误不但能推动事情的发展，更有助于解决问题。然而事实上，与外国人相比，中国人似乎更不愿意认错。因为在潜意识里，认错就意味着失败，认错就意味着认输。

而在现代企业中，往往认错就代表牺牲。

代表着经济赔偿。但那是因为我们没有认识到，质量就代表着诚信，质量就是一个品牌！一个没有良好产品口碑品牌的企业，根本无法在激烈的市场竞争中立足，而产品质量则是员工日常工作中每一个细小操作质量的好坏生成。

古代名人老子曾经说过：“天下难事，必做于易；天下大事，必做于细”。指出了想把一件事做好，必须将简单的事情做起，从细微之处入手。细节也是一种量变到质变的过程。经常忽视和不注重工作细节，就会影响我们的产品质量。对于我们广大员工来说，做好每天的每件工作，控制每个工作细节的质量，追求不断的改进，让我们的企业在细节中创新，在创新中发展，在发展中壮大，才能确保我们公司强立于竞争的市场。

因此，企业要发展，质量是关键。而产品质量的好坏，不是一个口号，也不是某个人的事，需要我们每个干部以诚相待每位员工，做到授其所知；每位员工尽心尽力完成工作任务，做到谦虚谨慎；每位检验员不折不扣按照标准对产品实施管控，做到精益求精。大家团结一致，正确理解质量的含义，明确质量的重要性，也只有这样，才能把质量抓好，才能让企业有更大的发展空间，才能吸引广大客户，才能更好的为企业创造大效益。一个企业没有了质量，没有了诚信，就没有了市场，就失去了生存的能力，那么我们又将何去何从？为了企业的发展和繁荣，同时也为了我们自身生活的安定，请加入到纠错、改良行动中来吧，让优质的产品和优质的质量托起鹏宇美好的明天！

最后，谢谢大家！

质量观念演讲稿篇三

服务是什么？服务是履行职务，为大家做事。在银行业日益同

质化的今天，作为银行业从业人员，并且是隶属某一家银行的从业人员，如何在竞争中脱颖而出，是值得我们深思的问题。借着开展这次征文活动的契机，趁着周末的空闲时间，我选择了一些银行网点，去感受了一下不同银行差别化的服务体验。总的来说，在我去过农行、工行、中行、浦发银行的网点中，让我体验最好的银行网点是曾被评选为全国百家示范单位之一——浦发银行贵阳分行营业部。

浦发银行贵阳分行营业部于20xx年1月29日开业。其一直秉承“笃守诚信 创造卓越”的经营理念 and “新思维 心服务”的创新金融服务理念，以“服务地方经济，支持地方建设”为己任，坚持“聚焦中型、择优小型、创新大型”的客户定位，持续加大对我省国民经济重点领域的投入力度。

营业部坐落于贵阳喷水池附近。虽然门口因为在修轻轨轨道，远看显得杂乱无章，但走到网点前，门口的清洁区依旧保持整洁。该网点因为是营业部，大厅十分宽敞，功能分区明显。入目之处，左手边有功能分区指示牌，右手边是一排柜台窗口，虽然前厅很大，在周末办理业务的客户也不是很多，但并没有因此感到一丝冷清，反而感受到一股温暖的气息，这不仅仅是因为大厅暖气开得比较足。从我一进来后，在正中央前台里的大堂经理就迎了上来，轻声询问我需要办理什么业务。在我说明要新办理一张借记卡后，大堂经理将我引导至填单处，为我指出需要填写的表格，并让我出示身份证，在此期间，大堂经理将我的身份证拿去复印，在我填好之后，将复印好的身份证及原件、叫号纸一并递给我，为我指引了等待业务办理的休息区域才离开。到了柜台前，右边一角摆放着精心照料过的绿色植物，在右侧显眼处贴着小心财物，账号安全等提示语；抬头向两边的其他柜台看，柜面显眼处还贴着现金业务、残钞兑换处或零钞兑换处等功能分区指示牌。柜员在给我办卡的过程中，会不失时机地问我需不需要开通网上银行和手机银行。在详细询问后得到耐心解答，被告知使用手机银行只需要下载浦发银行手机银行手机客户端就可以之后，我选择办理了手机银行。在整个办理业务的过

程中，柜员都是笑脸相迎，让人如沐春风。

办完卡后，在离开前大堂经理询问我有没有微信，如果有的话可以关注浦发银行信用卡的微x号，这样可以免费获得两张电影票优惠券。我接受了她的建议。但我在柜台办理业务时曾向她咨询理财业务并让他给我一张理财产品介绍的宣传页，但当我离开前她都忘记向我提供宣传单，这一点有点失望。但这一点小缺憾并不影响我对浦发银行留下好印象。

一直以来都说浦发银行在对公业务方面比较得心应手，而个人业务方面相对薄弱，我只去办过一次业务，其实力我无法判断，但就服务而言，从我这个小而微的个人客户眼中，我看到了浦发银行融入服务的各种细节，这是一种经过长时间的摸索而最终形成的恰到好处的细节。

我行结合作为窗口行业的行业特点，以“三优两满意”（优良作风、优质服务、优美环境，创客户满意和员工满意的银行）为载体，不断丰富企业教育实践活动内容，提升服务质量，推动转型升级，纵深推进党的群众路线教育实践活动。这一次征文活动也是对“三优两满意”活动的延续与丰富。我行的这次征文活动，颇有“吾日三省吾身”的风范。“择其善者而从之，择其不善者而改之”，了解他行的优点，明确认识自身存在的问题与不足，这对于我行提升自身素质与竞争力，有着十分积极地意义。浦发银行也是立足与上海的地方性城市商业银行，这一点和我行有着共通之处，我们都致力于服务地方。光凭这一点，相信浦发银行有许多让我们学习之处。但是这些学习并不意味着同质化，在学习他行优点时也要结合自身结构与业务的特点，在学习的过程中不断创新，探索出一种适合我行发展的，异质化与个性化的服务营销模式。

此次征文活动本身是一次思想风暴，至少让我亲自作为客户，以实践为基础，从思想上洗礼，对我行的标准化营销能力提升，有了新的认识与要求。贵阳银行多年来都自成立以来，

始终以服务地方经济、服务中小企业、服务城市居民为己任，这是我们一直以来坚守的信念以及今后都要为之努力的目标。就像每天晨会都要高呼的我行口号一般：“提升服务，共同进步”，为此，我们都会为之努力。

质量观念演讲稿篇四

大家好！

在我们酒店，服务是一个重要的领域，不要认为服务的作用不大，其实现在我们酒店的竞争，除了自身的优势外，服务的质量也成为了一个关键因素，优秀的服务能够让客户感受到不一样的待遇和体验，可以说服务以客户体验直接挂钩。

现在各行各业的竞争，也包含了服务的竞争，为什么现在很多行业都出现了如售后服务，疑难解答，或者投诉反馈等来帮助客户解决问题的渠道。原因是尽可能的让客户知道我们的服务是真心实意的，并且也考虑到了客户的感受，能够听客户的问题，这给客户的感觉就不一样，这是一份尊重，更合适一份粘合剂。能够把客户与我们之间拉的更近。更好的反馈出不足的地方。

当然服务还有很多大致都是想让客户对我们更加认可，而且服务也是一个营销领域，更是一个业务渠道，良好的服务能够带来的效益是极为庞大的。当前我们酒店已经到了一个发展的弯道区，想要在突破，就必须要从服务方面着手，让客户明白我们对于工作的负责。

良好的服务质量，不但是酒店发展的必然条件，也是我们酒店必须要重视的领域，但是要提高服务的质量却需要所有同事共同携手。之后大家都把质量放在心上才能够提升我们的服务。那关键来了。如何提升服务的质量。其实并没有多年多难只需要注意一点，细节。

在客户来的时候，给客户礼貌问好，露出甜美的微笑，为客户搬桌椅等等，看似不起眼但是却能够让客户感到温暖的事情，就是服务，而且当客户需要点菜的时候或者有什么不满的地方永远都微笑对待。得到的是荣誉及口碑。为什么有很多的大型企业能够越做越大，就是因为注重这一点。

口碑效应是服务带来的产物，应为我们的服务符合客户的价值观，得到客户的认可我们才能够收获到客户的友谊，当客户非常喜欢我们酒店的服务，哪怕以后想要用餐第一个想到的也会是我们酒店，在无形中就给我们酒店打响了名气，这就是服务的魅力，能够在我们不注意的时候就把酒店的光芒辐射到各个地方。

服务需要不同岗位的所有人员都要做到，比如礼貌，礼仪，和尊重他人，更高的素质素养，这些都能够让客户明白我们酒店是一个优秀的酒店，值得他们信赖，同样服务也体现在信誉方面，更体现在安全，舒适等等。囊括的范围还是挺广的，不要因为服务比较难做就不去做永远记住我们当前的发展需要大量提升服务质量。

谢谢大家！

质量观念演讲稿篇五

质量是一切东西的基础，没有质量，谈什么品牌、发展、竞争都是空话。尤其是对于我们电建单位来说，质量更是我们赖以生存和发展的基石。我们谁也不能保证只要我们的安装质量一流了，我们的就是一流的，我们就能进入世界500强了，我们的就能做百年寿星了。但是，我认为，如果想打造自己的一流品牌，质量一流是其中不可缺少的条件之一。

就像一台机器，是由成千上万个功能各不相同的零部件配合而成的，一台机器正常运行的效果取决于每个部件是否正常，功能是否发挥出来，配合是否准确到位。而我，就是其中的

一个小小的零部件。我关心整个的发展，而我现在所要做的是发挥我这个零部件的作用、并且配合好周围齿轮的运行。

质量在我心中——表明质量是人控制的。我就从“人的责任心”来论述质量在我手中这个观点。我认为：不管在什么情况和条件下，人的因素是第一位，人是管理机器的主体，人决定质量，而非机器决定质量。质量也是一种责任心的培养。实际上，我们都知道，产品质量是我们每一个职工干出来的，而不是质检员检出来的！因此应该提高职工的业务素质，把产品质量深入到每个职工的心中。严把质量关，从现在做起，从我做起，我就是一名质检员，产品在我这里验收不合格，就不能流到下道工序。举个例子：上班了，假如我接班后继续生产，产品质量出现问题，经过分析是上个班留在机器里的产品，不是我生产出来的。但责任应该是我的，我应该承担，为什么呢？因为我应该检查啊！假如我检查了，就会将不合格的产品按程序处理。这是我的工作没有做到位。

现在，在中，往往认错就代表牺牲。作为一名普通职工或者管理者，应该先学习如何认错，为事情的结果负责。其次，不能由于认错而指责某人，也不应该由于认错而要其负起过失的责任，把矛头指向他。多数情况下认错有助于事情的解决。

第二个是小孩儿的眼睛一直看着地没有注意前方；

第三个是小孩儿心里面不知道在想什么，你是哪一种呢？”

从上面的小故事可以看出，日本的教育非常注意对孩子责任心的培养，桌子是没有生命的，不能把撞到桌子的责任归咎于桌子，推卸责任是不可取的。而我现在从“人的责任心”这个角度来论述质量在我自己的掌握中，就是培养和总结我的质量意识和责任意识。每个人都要为质量工作负责，但是，不要把质量问题推给别人，因为：质量在我心中。

一个无论他的产品广告有多么漂亮，包装有多么华丽，但是如果没有质量，那么这个企业的生命将会是短暂的，因为他没有用自己的质量和信誉来奉献给消费者和顾客，很可能会损害消费者的利益，那么消费者自然就会放弃他。要生存和发展下去，首先必须以产品或工作的质量取胜，以高质量的产品树立起社会上的信誉。