

Spis treści

Wstęp	11
-------------	----

Część I

CO TO JEST SIX SIGMA?

Rozdział 1. Wprowadzenie do Six Sigma	17
Rok 1988	17
„Six Sigma to najważniejsza inicjatywa, jaką podjęliśmy w historii General Electric”	19
Znamiona nieśmiertelności	21
Idealna definicja	26
 Rozdział 2. Jak to działa? Czyli metoda i struktura, które czynią cuda	29
Metoda. Słowo o projektach Six Sigma i metodyce DMAIC	30
Metodyka DMAIC	36
DMAIC – mapa drogowa	57
Który etap metodyki DMAIC jest najważniejszy?	59
Podsumowanie. Czyli co to jest DMAIC?	60
 Rozdział 3. Infrastruktura Six Sigma	63
Six Sigma Black Belt	64
Six Sigma Green Belt	70
Six Sigma Master Black Belt	73
Six Sigma Yellow Belt, White Belt i inne kolory	77
Infrastruktura Six Sigma – część biznesowa	78
Six Sigma Champion	79
Six Sigma Sponsor	82

Zarząd	85
Infrastruktura – podsumowanie	89
Rozdział 4. Six Sigma – fakty i mity	91
Mit 1. Six Sigma = statystyka?	91
Mit 2. Six Sigma = program ciągłego doskonalenia	94
Mit 3. Six Sigma to zagłada kreatywności	97
Mit 4. Six Sigma działa tylko w produkcji	100
Mit 5. To wszystko już było...	103

Część II

JAK ODNIEŚĆ SUKCES W KRÓTKIM TERMINIE

Rozdział 5. Wybór właściwych projektów, czyli w co celować i jak nie spudłować?	109
Projekt – definicja	109
Krok zero	111
Skąd czerpać informacje o problemach biznesowych?	113
Wybór projektu – czy dany problem nadaje się do wykorzystania DMAIC?	116
Jak odróżnić projekt Green Belt od projektu Black Belt?	123
Rozdział 6. Wybór Liderów	127
10 cech idealnego kandydata na stanowisko Black Belta	128
Rekrutacja – gdzie szukać kandydatów?	142
Rozdział 7. Kształcenie Liderów, czyli jak zadbać o najlepsze kompetencje?	153
Trening, trening i jeszcze raz trening	153
Jak znaleźć dobre szkolenie Six Sigma Black Belt / Green Belt?	156
Szkolenia otwarte czy zamknięte?	164
Ilu kandydatów na Liderów kształcić?	171

Rozdział 8. Właściwe wsparcie Liderów, czyli o Sponsorach raz jeszcze	177
Zadania Sponsora przed uruchomieniem projektu ...	178
Zadania Sponsora w trakcie realizacji projektu	182
Zadania Sponsora po zakończeniu projektu	189
Podsumowanie	193

Część III

JAK UZYSKAĆ SUKCES W DŁUGIM TERMINIE, CZYLI KILKA SŁÓW O WDRAŻANIU PROGRAMU

Rozdział 9. Kiedy jest dobry moment na uruchomienie programu?	199
--	-----

Rozdział 10. Od czego zacząć wdrażanie programu Six Sigma? ..	211
Six Sigma Champion – jak wybrać kandydata	212
Jak Championa nie wybierać	213

Rozdział 11. Jak uporządkować nasze myślenie o wdrażaniu programu Six Sigma? Model STAR	217
Strategia	220
Taktyka	221
Akceptacja	222
Jak skorzystać z modelu STAR?	223

Rozdział 12. Jak zbudować własny plan wdrożenia programu Six Sigma?	229
KROK 1. Stwórz atmosferę pilności	231
KROK 2. Stwórz koalicję	232
Krok 3. Stwórz przekonującą wizję	234
KROK 4. Zadbaj o komunikację wizji	236
Krok 5. Ustal cele krótkoterminowe	238
KROK 6. Usuwać pojawiające się trudności	240
KROK 7. Konsoliduj korzyści	242
KROK 8. Pielęgnuj swoją cierpliwość	244
Krótkie podsumowanie	246

Część IV

O POWSZECHNYCH PATOLOGIACH W PROGRAMIE SIX SIGMA ORAZ O TYM, JAK ICH UNIKNĄĆ

Rozdział 13. Six Sigma po ciemnej stronie mocy.....	249
Patologia numer 1 – brak skutecznego właściciela programu	252
Patologia numer 2 – plany są bezwartościowe... ..	258
Patologia numer 3 – brak konsekwencji	265
Patologia numer 4 – „Ochotniczy Hufiec S.W.A.T.”	272
Patologia numer 5 – sposób to nie cel, czyli kilka słów o fiksacji	277
 Zakończenie	 283
 Podziękowania	 285
 Bibliografia	 287