

INDICE

Índice de Figuras	7
Prefacio	9
1. Servicio al Cliente: Un Nuevo Énfasis en la Banca	11
El estado del servicio al cliente en la banca de primer piso	12
Las consecuencias de un mal servicio	13
Por qué el servicio al cliente es malo en la banca de primer piso	15
La regresión de mercancías generales y la competencia en precios	17
¡No debería haber tal cosa como mercancías generales!	22
La idea del valor agregado	22
El coqueto de la banca con el valor agregado	23
2. ¿Qué es Exactamente la Calidad en el Servicio al Cliente?	25
El objeto de la investigación	27
La técnica de investigación	30
Resultados iniciales del análisis de los grupos de enfoque	32
Modelo de calidad en el servicio	34
3. Aspectos Profesionales en el Servicio	39
Competencia	41
Confiabilidad	46
Credibilidad	53
Resumen	57
4. Forma en que las Relaciones Interpersonales Afectan la Calidad en el Servicio	61
Capacidad de respuesta	63
Cortesía	73
Accesibilidad	78
Resumen	82
5. Dimensión del Conocimiento de Clientes	85
Compresión	87
Comunicación	92
Resumen	98
6. Administrar una Cultura de Calidad en el Servicio	101
¿Qué es cultura corporativa?	104
Dimensiones de la cultura	106
La necesidad de un cambio cultural	112
Desarrollo de una cultura de servicio en el banco	114
Algunos comentarios de conclusión	118
7. Dando los Primeros Pasos hacia un Servicio de Alta Calidad	121
La auditoría de servicio	124
Capacitación	133
Problemas del sistema	136
Resumen	137
Índice analítico	139