

INDICE

Prólogo	XI
1. La Gestión de Relaciones con el Cliente no es una Alternativa	1
Definición de gestión de relaciones con los clientes	2
Tecnología no equivale a estrategia	6
El poder de la gestión de relaciones con los clientes	10
Factores de éxito de la gestión de relaciones con los clientes	13
La gestión de relaciones con los clientes: Una realidad permanente	17
2. Perfil de Servicio/ Venta al Cliente	21
¿Por qué se llama perfil de servicio/venta al cliente?	22
Los tres niveles de perfil de servicio/venta al cliente	24
La forma del perfil de servicio/venta al cliente	28
Obstáculos al perfil de servicio/venta al cliente	32
La gestión de relaciones con los clientes y el perfil	34
3. Gestión del Perfil de Servicio/Venta al Cliente	35
El centro de contacto de sonjia	35
La intermediación alimentaria de Maurice	39
Gestión de las transacciones iniciales o independientes	44
Gestión de la repetición del negocio	47
Gestión de los clientes divulgadores	50
4. Selección de la Estrategia de Gestión de Relaciones con los Clientes	53
Puntos de partida de la estrategia de gestión de relaciones con los clientes	55
Selección del equipo	57
Preparación de la primera entrevista	58
Reunión de creación de la estrategia de gestión de relaciones con los clientes	59
Identificación de estrategias potenciales	60
Selección de una estrategia de gestión de relaciones con los clientes	62
5. Gestionar y Compartir los Datos de los Clientes	67
Regreso a las estrategias	67
Datos de información	69
Gestión de la información de los clientes (bases de datos)	74
Aspectos éticos y jurídicos del uso de datos	83
6. Herramientas para Recopilar Información de los Clientes	85
Dónde conseguir datos e información	86
El ordenador es nuestro amigo, aunque no siempre nuestro mejor amigo	95
Lo creamos o no	97
7. Contratos de Nivel de Servicio	101
Definición de los contratos de nivel de servicio	101
Tres claves para los contratos de nivel de servicio eficaces	102
Creación de un contrato de nivel de servicio	105
Uso de los contratos de nivel de servicio en el apoyo de las relaciones con los clientes internos	111
Cómo lograr que los contratos de nivel de servicio den resultado	113
8. Comercio Electrónico: Las relaciones con los Clientes en Internet	115
La gestión de relaciones con los clientes en Internet	117

Elección del vehículo adecuado	125
Tres reglas para el éxito del comercio electrónico	127
¿Qué nos depara el futuro?	130
9. Gestión de Relaciones en Caso de Conflicto	133
Gestión del momento del conflicto	135
<<Un precio “razonable” nunca me ha hecho ganar un cliente>>	141
La gestión de relaciones con los clientes es un sistema de alerta precoz	147
¿Qué ocurre cuando el problema reside en el cliente?	151
10. Combatir la Autocomplacencia: The Seven Year Itch en las Relaciones con los Clientes	153
¡Pero me adoran!	154
El engaño de la autocomplacencia	155
Las necesidades de los clientes cambian	161
Convertir las despedidas en un dulce lamento	162
Renovar los votos	162
11. Reinicializar la Estrategia de Gestión de Relaciones con los Clientes	165
¡Preparados, listos, reinicializar!	166
Fase 1. ¿Se está dando en el blanco?	167
Fase 2. ¿Da resultados la estrategia de gestión de relaciones con los Clientes?	169
Fase 3. La hora del cambio	172
Conclusiones	175
Índice	177