

INDICE

<p>Capítulo 1. La Revolución del Servicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • La revolución del servicio acumula vapor • Qué hemos aprendido acerca del servicio • El servicio 500 • ¿Es el gobierno un servicio? • El estado actual del servicio • Los siete pecados del servicio • La batalla de los eslóganes • No es un camino fácil 	1
<p>Capítulo 2. Gerencia del Servicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es gerencia del servicio? • Una nueva forma de pensar • Momentos de verdad: cuando su “producto” es un servicio • Momentos críticos de verdad • El triángulo del servicio • Ciclos del servicio • Problemas especiales de las empresas pequeñas de servicios • Cómo lo hacen los campeones 	19
<p>Capítulo 3. ¿Hacia un Final Brillante?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grandes expectativas • En busca de una solución rápida 	41
<p>Capítulo 4. Errores Comunes al Lanzar Programas de Servicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interpretar mal al cliente • Falta de un enfoque claro negocio • Mensajes confusos a los empleados • Bandas, brazaletes y botones en la solapas • Enseñar a sonreír • Atención efímera (o el “tema de este mes es...”) • Un programa más (o “esta vez sí es de verdad”) • Rigor mortis • Vividores • Terroristas 	47
<p>Capítulo 5. Peligros Latentes Comunes en los Programas de Servicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Problemas de cultura y de clima • Calidad de los problemas en la vida de trabajo • Cinismo de los empleados • Problemas de credibilidad de los ejecutivos • Artritis organizacional • Inercia de los mandos medios • Sistemas de valores con conflicto • Incentivos mal encaminados • A manera de juego 	61

<ul style="list-style-type: none"> • Conflicto oficinas centrales – personal de campo 	
<p>Capítulo 6. La Gerencia “General Motors” no Funciona para el Servicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • El fracaso del modelo industrial • ¿El final del camino para el evangelio Harvard? • El fantasma de Frederick Taylor se pasea por la tierra • Neurosis gerenciales • El problema de la motivación • El problema de la productividad • El problema de la evaluación del rendimiento • El problema de los sindicatos • El problema de los mandos medios • El fracaso de la APO (Administración por objetivos) • ¿Un nuevo imperativo? 	79
<p>Capítulo 7. Invirtiendo la Pirámide</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisión del paradigma • Inversión de la pirámide • El cliente primero • Trabajo emocional: una nueva realidad • Menos “gerencia”, y más liderazgo • Los empleados como primer “mercado” • El concepto del destino compartido • La propia gerencia se convierte en un servicio • Que los empleados se encarguen de la situación • Crear la cultura del servicio 	99
<p>Capítulo 8. Servicio Interno: Todo el Mundo tiene un Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si usted no está sirviendo al cliente... • El triángulo del servicio interno • Ayudar a que los departamentos de soporte entiendan sus funciones • Organización del servicio interno 	129
<p>Capítulo 9. Cómo poner en Marcha un Programa de Gerencia del Servicio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Está preparada la organización para una iniciativa de servicio? • Ser realistas: tiempo, atención y recursos • Reconciliar calidad de servicio con reducción de costos • Un manual sobre el manejo del cambio • Un programa modelo de gerencia del servicio 	139
<p>Capítulo 10. Fases 1: Entender al Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • El peligro de las suposiciones • Investigar las impresiones de los clientes • Tarjeta de informes del cliente • Entender a la organización y la gente • Calidad de la vida de trabajo: evaluación y manejo de los sentimientos • Necesidad de evaluar el servicio 	151

<p>Capítulo 11. Fase 2: Clarificar la Estrategia del Servicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planear el curso. • ¿Qué es una estrategia del servicio? • Problemas especiales al establecer la estrategia • Decidirse: el sentimiento de ejecutivos para la estrategia • Ideas sobre el enunciado de la misión y de la estrategia 	165
<p>Capítulo 12. Fase 3: Educar la Organización</p> <ul style="list-style-type: none"> • Predicar y enseñar el evangelio • Entrenamiento pared a pared: un fenómeno nuevo • Métodos y opciones para el entrenamiento • Continuar la acción del entrenamiento • Efectos de la cultura y el idioma • Orientación y manejo de los trabajadores jóvenes • Programas de comunicación corporativa 	175
<p>Capítulo 13. Fase 4. Poner en Marcha las Mejoras Fundamentales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plantar muchas semillas • La fuerza de choque de la calidad del servicio • Liderazgo de los mando medios • Laboratorios de aplicaciones • Círculos de servicio • El diagrama T • Rediseño de sistemas de servicios 	191
<p>Capítulo 14. Fase 5: Hacerlo Permanente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los ademanes diarios cuentan la historia • ¿Los gerentes difunden sus conversaciones? • Los sistemas deben apoyar el servicio • Selección y contratación de empleados: ¿se pueden envasar las actitudes? • Evaluación y retroinformación • Los incentivos deben orientarse en l dirección correcta 	205
<p>Capítulo 15. Evangelización de Ejecutivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se empieza por arriba • Una entrevista con Bill Marriott • Realismo determinación y paciencia • El éxito nunca es definitivo 	217