

INDICE

Capítulo 1. Conocer Al cliente	1
¿Quién conoce a los clientes mejor que nadie?	2
¿Quién hace de conocer al cliente un símbolo	5
El empleado como eslabón	10
El cliente como un activo	13
¿Quién es un cliente?	14
Pensar como piensa el cliente	20
Capítulo II. Momentos de verdad	
Gerencia del servicio	24
El triangulo del servicio	26
El momento de verdad	30
El ciclo de verdad	33
Momentos críticos de verdad	34
Modelo de un momento de verdad	36
Momentos especiales de verdad	41
Capítulo III. El cliente de la década del noventa	49
¿Qué desea tomar la señora?	50
El cliente de la década del noventa	51
Los productos de servicio de la década del noventa	66
Contexto del servicio en la década del noventa	70
Que fastidia malos clientes	78
¿Quiénes serán los campeones de la década de la noventa?	81
Capítulo IV. La libreta de calificaciones del cliente: Anteproyecto para la excelencia	83
¿Qué es una libreta de calificaciones del cliente?	84
Capítulo V. Investigar la percepción de los clientes: ponerse los anteojos de los clientes	95
¿Qué son factores demográficos?	96
Métodos de investigación	99
Capítulo VI. Empezar con lo obvio	
¿Qué está pasando adentro?	109
El empleado: radar en la línea de combate	110
El empleado como abogado del cliente	113
El cliente siempre no está diciendo algo	114
Departamentos de servicio al cliente	116
Radar personal de la gerencia	117
Capítulo VII. La ventaja de hablar frente a frente	120
Entrevista con los clientes	
Entrevistas a fondo	121
Entrevistas repentinas	122
Entrevistas de oportunidad	124
Entrevistas telefónicas	125
Entrevistas en el sitio	
Entrevistas con grupo foco	126
Realización de entrevistas con grupos foco	132
Interpretar los resultados	137
El caso Accor	139

El caso del hospital Santa Mónica	
Capítulo VIII. Encuestas: cunado, por que y como	143
Planear el proyecto de encuesta	144
Elaborar el cuestionamiento	149
Una breve estadística	159
Procesar los datos	163
Informar los datos	166
Capítulo IX. Hacer la libreta de calificaciones del cliente	170
Crear la matriz de atributos	171
Clasificación de los atributos	178
Selección de los criterios definitivos del servicio	179
Validar la libreta de calificaciones	182
Capítulo X. Establecer un sistema de evaluación del servicio (SQMS)	185
Hacer de la evaluación un habito	186
Estructura básica para un SQMS	188
Utilizar retroinformación informal	193
Manejar efectivamente las quejas de los clientes	198
Utilizar compradores secretos	203
Producir informes prácticos	204
Capítulo XI. Cierre del ciclo	207
Venden mejor	208
Servir mejor	215
Recuperarse mejor de los errores	219
Crear sistemas mejores	220
Atraer y conservar a los mejores empleados	222
Cierre del ciclo	229
Índice	231