

INDICE

Prefacio por Tom Peters	XIII
Los diez mandamientos del servicio al cliente	XVII
Todo se INIA con esto: ¿Qué tan bueno desea ser?	XIX
Uno. Pregunte a sus clientes lo que desean ... y dáselos	
1. El cliente puede decirle cómo brindar un buen servicio	3
2. Si el cliente pregunta, la respuesta siempre es sí	13
3. No existe tal cosa hora extras	17
4. Prometa menos, dé más	
Dos. Cómo brindar un buen servicio siempre	
5. Sistemas, no sonrisas	27
6. Despida a sus inspectores	33
7. También deshágase de su departamento de relaciones con el consumidor	37
8. Hágalo bien desde un principio	41
9. Cuando algo sale mal	47
10. Cómo tener lo que el cliente quiere	53
11. Lo bastante bueno nunca lo es	57
Tres. Las personas: cómo cuidar a los clientes y a los empleados	
12. P: ¿Quién es más importante? ¿Su cliente o su empleado? R: Ambos	65
13. El cliente no siempre tienen la razón	69
14. Cómo enseñar a los clientes a obtener el mejor servicio	75
15. Cómo generar clientes frecuentes	79
16. Cómo asegurarse de contar el mejor personal	83
17. Cómo desarrollar superestrellas del servicio	91
Cuatro. ¿Sabe cuán bueno es?	
18. Busque algo más que dinero	97
Cinco. ¿Cuánto paga para obtener buen servicio?	
19. Ahorre pagando más	113
20. Remunere a sus empleados como si fueran sus socios	119
Seis. El liderazgo es desempeño	
21. No se puede fingir	127
Siete. Cada impresión es importante	
22. Vender debe ser como actuar	133
23. Mamá tenía razón: Los modales son importantes	139
24. "Si así están los sanitarios, ¿cómo estará el resto?"	143
25. ¿Cuándo fue la última vez que se preocupó (si acaso) por sus lectores?	147
26. Si el jefe es un pillo, no puede esperarse que los empleados sean honrados	149
27. La única regla de etiqueta que necesita	151
Ocho. Cómo crear productos fáciles de vender	
28. Ponga a prueba ideas nuevas y aumente las ventas	155
29. No puede dar un buen servicio si su producto es malo	159
Nueve. Copie, copie, copie	
30. ¿Para qué inventar la rueda? Basta mejorarla	167
31. "Las cosas que no sabe están en los libros de historia que no ha	173

leído”	
Diez. Usted es el mensaje	
32. Hable con suavidad pero	179
33. Promociones: ¿Camisetas mojadas o la sinfónica?	183
Once. Haga que vuelva por su gusto	
34. El cliente de 332000 dólares	189
35. Cómo lograr el perdón de sus errores	193
36. Esta forma de operar sí da resultados	195
Epílogo por Stanley Marcus	199
Reconocimientos	201