

ÍNDICE

MANUAL DEL PARTICIPANTE

INTRODUCCIÓN	11
La revolución del cliente	11
Águilas y patos	12
MÓDULO 1: ¿Por qué el servicio?	13
Opciones, opciones, opciones	14
Si pierde la lealtad del cliente, pierde ingresos	16
Por usted mismo	18
MÓDULO 2: “Sea el cliente”	20
Piense como el cliente	21
<i>Servicio</i> versus “ <i>servicios</i> ”	23
Puntos de impacto	25
MÓDULO 3: Brillante en lo fundamental	27
La promesa básica	28
Competencias personales	30
Escuchar, escuchar, escuchar	32
MÓDULO 4: ¡Caramba! Más allá de lo fundamental	34
Creación de historias	35
Puntos que añaden valor	37
Mejor, más rápido y diferente	39
MÓDULO 5: La recuperación extraordinaria del cliente	41
Las quejas como oportunidades	42
Fallos en la recuperación de clientes	44
La recuperación que interesa	46
RESUMEN	48
¿Qué es lo que está en juego?	48
¡Actúe ya! No lo deje para mañana	49
MÓDULO COMPLEMENTARIO: Alianzas, la cooperación interna	50
EL servicio es tarea de todos	51
¿Una ayuda o un obstáculo?	53
LECTURAS RECOMENDADAS	55

MANUAL DEL MANDO

RESPONSABILIDAD DEL ROL: capacitar	59
MÓDULO 1: Definir la realidad	60
Información sobre el cliente	61
Estrategias de escucha	63
Medidas	65
MÓDULO 2: Alinear el sistema	67
Influencias en el rendimiento	68
MÓDULO 3: Definir el campo de juego	70
Límites de actuación	71
Rendimiento de cuentas	73
Reconocimiento	75
RESUMEN	77
APÉNDICE A	79
APÉNDICE B	82
LECTURAS RECOMENDADAS	83

MANUAL DEL FACILITADOR

COMPRESIÓN Y UTILIZACIÓN DEL PROGRAMA “EL PROFESIONAL DEL SERVICIO AL CLIENTE”	87
Introducción	87
Diseño del programa	88
Hipótesis subyacentes	88
Objetivos del programa	89
Sugerencias de preparación	90
Tabla de tiempos	92
INTRODUCCIÓN	94
MÓDULO 1: ¿Por qué el servicio?	101
Sección A: Opciones, opciones, opciones	104
Sección B: Si pierde la lealtad del cliente, pierde sus ingresos	108
Sección C: Por usted mismo	112

MÓDULO 2: Sea el cliente	115
Sección A: Piense como un cliente	118
Sección B: Servicio versus “servicios”	125
Sección C: Puntos de impacto	131
MÓDULO 3: Brillante en lo fundamental	139
Sección A: La promesa básica	142
Sección B: Competencias personales	149
Sección C: Escuchar, escuchar, escuchar	152
MÓDULO 4: ¡Caramba! Más allá de lo fundamental	155
Sección A: Creación de historias	158
Sección B: Puntos que añaden valor	161
Sección C: Mejor, más rápido y diferente	167
MÓDULO 5: La recuperación extraordinaria del cliente	173
Sección A: Las quejas como oportunidades	176
Sección B: Los fallos de recuperación de clientes	183
Sección C: La recuperación que interesa	186
RESUMEN	191
MÓDULO COMPLEMENTARIO: Alianzas, la cooperación interna	194
Sección A: El servicio es tarea de todos	197
Sección B: ¿Una ayuda o un obstáculo?	201
APÉNDICES	205
SOBRE LOS AUTORES	240
TRANSPARENCIAS	241