

Contenido

Prefacio por Tom Peters	xiii
Los Diez Mandamientos del Servicio al Cliente	xvii
Todo se inicia con esto: ¿Qué tan bueno desea ser?	xix

UNO *Pregunte a sus clientes lo que desean ... y déselos*

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 como horas extras.....	17
4 Prometa menos, dé más	21

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 tiene 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 con 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 letreros?..... 147

- 26 Si el jefe es un pillito, 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 leído” 173

DIEZ *Usted es el mensaje*

- 32 Hable con suavidad pero..... 179
- 33 Promociones: ¿Camisetas mojadas o la sinfónica? 183

ONCE *Haga que vuelvan 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