

CONTENIDO

<i>Índice de figuras.....</i>	X
AL LECTOR	XIII

Sección PRIMERA: Introducción: las ideas básicas

1. El objetivo del diseño: la satisfacción de los clientes.....	3
1.1. El servicio y el sector de los tangibles	4
1.2. La segunda idea.....	5
2. Calidad es igual a satisfacción	6
3. Las repercusiones del diseño.....	10
3.1. Mensajes contenidos en el diseño	11
3.2. Limitaciones a la prestación.....	15
4. La clave: las tres dimensiones del valor.....	17
5. Los enfoques de las empresas de éxito	21
6. Un ejemplo: el modelo de los servicios post-venta de Lele y Sheth	23
7. Tres enfoques especialmente útiles.....	28
8. Conclusión	28

Sección SEGUNDA: Fase 1 del diseño: identificación de las directrices generales

1. El mundo de la prestación	33
2. El proceso de diseño	36
3. Los objetivos de negocios de la empresa	37
3.1. Los objetivos de inversión	38
3.2. El modelo de las tres estrategias genéricas de Porter	41
3.3. Las preguntas clave	44

4.	La cultura de la empresa	44
4.1.	El sistema de decisiones de la empresa.....	46
4.2.	La orientación cultura de la empresa	47
4.3.	Las prioridades de la gestión.....	49
5.	El marketing tradicional.....	52
6.	Las expectativas	53
6.1.	La ecuación de la calidad	54
6.2.	Los niveles de expectativas.....	55
7.	Conclusión	58

**Sección TERCERA: Fase 2 del diseño: estructuración
del servicio (el marco general de
trabajo)**

1.	Introducción	67
2.	¿Qué son, en realidad, los servicios?	69
3.	Concepto del servicio.....	71
4.	El servicio básico	74
5.	El sistema del servicio.....	77
5.1.	Una diferencia fundamental	78
5.2.	El sistema del servicio y los productos tangibles	80
5.3.	Importancia del sistema del servicio	81
6.	Diseño del encuentro del servicio	83
7.	Integración de la oferta total	85
7.1.	El modelo de los estratos concéntricos	87
7.2.	El modelo de las fases del servicio de Lehtinen	90
7.3.	El modelo de los atributos.....	92
7.4.	El modelo de Baudry.....	95
7.5.	El modelo del producto expandido	97
7.6.	Resumen.....	99
8.	El rol del personal	99
8.1.	Aspectos tratados en otras guías	101
8.2.	Previsión del tipo de personal requerido.....	102

9.	Intervención de los clientes	103
10.	Adecuación al tipo de servicio	106
11.	Conclusión	109

Sección CUARTA: Fase 3 del diseño: formalización del diseño

1.	Introducción	119
2.	¿En qué consiste la formalización del diseño?.....	119
3.	Los planos del servicio.....	123
3.1.	Utilidad y aplicaciones	123
3.2.	Componentes de los planos del servicio	125
3.3.	Proceso de elaboración.....	127
4.	Las líneas de interacción y visibilidad	129
5.	Relaciones clientes-proveedores internos	131
6.	Establecimiento de los estándares.....	136
6.1.	El concepto general	136
6.2.	Ejemplos.....	138
6.3.	Resumen.....	139
7.	Los procedimientos	139
8.	Los elementos físicos o tangibles.....	142
9.	Los factores operativos	143
10.	Los controles	144
10.1.	Controles administrativos internos.....	144
10.2.	Controles operativos	145
10.3.	Controles de la prestación	146
11.	Conclusión	149