

Índice

07 Prólogo

09 Introducción

13 El concepto: Espacios Informales de Educación

17 Satisfacción, lealtad y generación de valor

Pilares del éxito

Lealtad versus fidelidad

Los ámbitos de la lealtad: emocionalidad y racionalidad

Valor de marca y eslóganes

Los principios de la lealtad

Mediciones de la lealtad

Los programas de lealtad

Éxito de los programas de lealtad

61 Servicios al visitante

Necesidades de los visitantes

Oferta de servicios

Servicios básicos

Servicios adicionales

Servicios para personas con discapacidad

Servicios de venta en línea y venta anticipada

Otros servicios

Modelos de calidad de servicio

79 Seguridad y protección

Una responsabilidad estratégica

Regulaciones para los visitantes

Prevención de accidentes

La lista de chequeo

El personal de apoyo

La seguridad de la información personal

99 La capacidad de acogida

Definición

Determinación de la capacidad de acogida

Factores incidentes en la capacidad de acogida social

Medidas de gestión

109 El espíritu de servicio

Motivación y capacitación

Aplicación: El programa de Atención al Visitante del MIM

La técnica del Cliente Incógnito

123 Encuestas al visitante

Aspectos globales

Los objetivos

La representatividad

El sesgo omnipresente

El instrumento

Las preguntas

Las escalas de medición

Uso o abuso de los resultados

143 El futuro es hoy

146 Anexo

Estándar de atención al visitante Museo Interactivo Mirador

151 Bibliografía