

TODOS LOS SECRETOS QUE LAS CERTIFICACIONES NO REVELAN:

EXCELENCIA EN SERVICIO AL CLIENTE



LAWRENCE BISCONTINI

findLawrence.com

HOLLYWOOD

contents

NUESTRO VIAJE:

1. PROPOSITO: PLANTEAR LA METAFORA
2. IDENTIFICAR NUESTROS ESCENARIOS
3. IDENTIFICAR NUESTROS CLIENTES
4. HOJEAR 5 IDEAS PARA CADA ESCENARIO/CLIENTE
5. CONCLUSIONES

LOS APUNTES
NUESTRA ECONOMIA
UN RESTAURANTE



findLawrence.com

LA FILOSOFIA DE DONALD TRUMP:

1. "DIOS ..."
2. "TODO _____"

- LOS BORDES DE LOS PISOS y TECHOS
- LOS BOLIGRAFOS (VISTAPRINT.COM)
 - EL TITULO DE LAS PRIMERAS PERSONAS DE CONTACTO _____
- LA CALIDAD DE LOS HORARIOS DE CLASES

findLawrence.com

ESTABLECER LA METAFORA:

LOS ESCENARIOS Y LOS CLIENTES



findLawrence.com



en el escenario "entre bastidores"

findLawrence.com



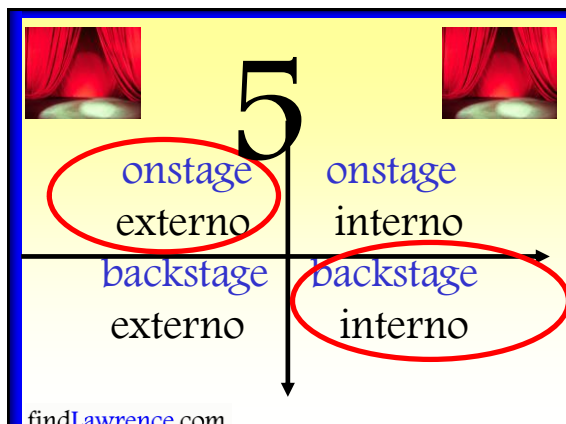
10-5 REGLA

cliente externo

cliente interno

findLawrence.com

Customer Service: Everything Fitness Professionals Need to Know that Certifications Do Not Address



- onstage/externo:
- 1. *preparar y personalizar* (madre, papa, maestro, CNN) (2:10 y trucos)
 - 2. *pulir y perfeccionar* (LA RELACION) (EL ENTRENAMIENTO) (SEÑALAR CON DEDOS) (TELEFONO)
 - 3. *resumir/parafrasear*
- findLawrence.com

- onstage/externo:
4. *percibir* ("secret shoppers")
 5. *mimar* (CEREMONIAS DE AGRADECER, EL EQUIPO EN LAS CLASES)
- Anticipar
 - Sorprender con la eficacia y eficiencia
 - Conversar
- findLawrence.com

Customer Service:

findLawrence.com

onstage/externo:

en teatro, las responsabilidades de I son las responsabilidades de todos en nombre de la producción.

"No hay papeles pequeños, solamente hay actores pequeños."

findLawrence.com

NO

... TERMINOLOGIA PARA EL MILENIO ...

1900s	New service terminology:
"DE NADA"	
"problema"	
"que tengas un buen día"	
"miembros"	
"lo siento"	
"¿te puedo ayudar?"	
"próximo"	
transferir llamadas	

findLawrence.com



backstage/interno:

- 1. *comprender*
- 2. *parafrasear*
- 3. *hacer preguntas abiertas*



- | | |
|----|--------------|
| 1. | DIVERTIRNOS |
| 2. | APRENDER |
| 3. | HACER \$\$\$ |

findLawrence.com

backstage/interno:

- 4. *otorgar poderes* (“empower”)
(análisis=parálisis)
(T.E.A.M.) totally EMPOWER all motivators
- 5. *conocer* (“servicio” en la declaración de misión, *surveymonkey.com*)



findLawrence.com

THE FISH PHILOSOPHY
FISH STICKS



www.charthouse.com:

1. BE PRESENT.
2. PLAY
3. MAKE THEIR DAY

findLawrence.com

onstage/interno:

- 1. *observar*
- 2. *reconocer*
- 3. *promocionar* (*bulletin boards*)

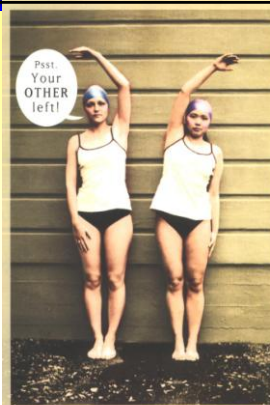
findLawrence.com

onstage/internal:

- 4. *iniciar*
- 5. *apoyar*



findLawrence.com



findLawrence.com

backstage/externo:

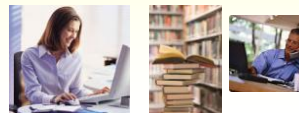
1. invitar (*“sin puertas”*)
2. demostrar
3. organizar

findLawrence.com

backstage/external:

4. buscar las prioridades
(las responsabilidades, las selecciones, y las peticiones)
5. agradecer la oportunidad

SIMPLIFICAR!



findLawrence.com

• COMPANIES THAT TEACH

1. **American Airlines**

2.  *HELP steps:*

3. 

findLawrence.com



4 CALIDADES:

- 1. LA SEGURIDAD
- 2. LA CORTESIS
- 3. LA EFICIENCIA
- 4. LA PRODUCCION

findLawrence.com

• OTRAS COMPANIAS:

4. 

5. 

6.  | STARBUCKS.CO
 1. 87,340 combos
 2. 3 minutos

7.  WACHOVIA
 3. el ambiente
 4. no sencillo

findLawrence.com



LAS TELENOVELAS:



findLawrence.com

• LAS TELENOVELAS:

- LOS ENSAYOS=LAS REUNIONES
- ENSAYAR LAS LINEAS
- ACTUAR LOS ESCENARIOS
- CREAR LIBROS Y GUIONES CON SECCIONES



findLawrence.com

**CREANDO EL GUION GRAFICO/
"STORYBOARD"**



findLawrence.com

MIRANDO LOS DEFECTOS



findLawrence.com

SE APRENDE:

- DONDE ESTAN LOS DEFECTOS?
- DONDE DECIMOS 'NO' CUANDO PODRIAMOS DECIR QUE 'SI'?
- CON QUE PROFUNDIDAD CONOCEMOS A NUESTROS CLIENTES/HUESPEDES?
- QUE TIPO DE ESPECTACULO HEMOS MONTADO AQUI?
- COMO PODEMOS SIMPLIFICAR?
- TENEMOS UN REPARTO DE EXCELENCIA?

findLawrence.com

PARA LOS GERENTES:

- CONTRATA POR LA ACTITUD... Y ENTRENA LAS CAPACIDADES
- MBWA/SER GERENTE AL SER VISIBLE
- PROVEER LOS FORMULARIOS DE SOLUCIONES:

Sorting out solutions...S.O.S.

- SUGERENCIA 90-10:

findLawrence.com

HOLLYWOOD

content

NUESTRO VIAJE:

1. PROPOSITO: PLANTEAR LA METAFORA
2. IDENTIFICAR NUESTROS ESCENARIOS
3. IDENTIFICAR NUESTROS CLIENTES
4. HOJEAR 5 IDEAS PARA CADA ESCENARIO
5. CONCLUSIONES

LOS APUNTES
NUESTRA ECONOMIA

HOLLYWOOD

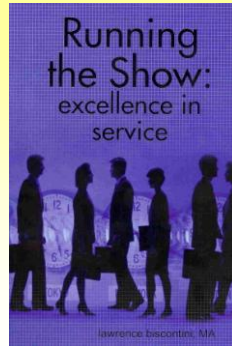
findLawrence.com

*Customer Service: Everything Fitness
Professionals Need to Know that
Certifications Do Not Address*



*“SI NO HACES 100% CONTENTOS TUS
CLIENTES ACTUALES, NO MERECE
CLIENTES NUEVOS”*

findLawrence.com



“Namaste”

- RESUMEN:
- MENSAJES
IMPORTANTE:
- LAS TAREAS:

findLawrence.com