Joseph A. Michelli

Kunden fürs Leben

So schaffen Dienstleister Premium-Service mit den
Prinzipien der The Ritz-Carlton Hotel Company

© des Titels »Kunden fürs Leben« (ISBN 978-3-86881-013-4)
2009 by Redline Verlag, FinanzBuch Verlag GmbH, München
Nähere Informationen unter: <http://www.redline-verlag.de>

REDLINE | VERLAG

Inhaltsverzeichnis

Vorwort: Simon F. Cooper, COO & President, The Ritz-Carlton Hotel Company, L.L.C.....	7
--	----------

Danksagung	11
-------------------------	-----------

1 Das Erlebnis Ritz-Carlton	15
--	-----------

Prinzip 1

Definieren und weiterentwickeln

2 Legen Sie das Fundament: Unternehmensidentität und Unternehmenskultur kommunizieren	35
--	-----------

3 Bleiben Sie dran.....	62
--------------------------------	-----------

Prinzip 2

Empowerment durch Vertrauen

4 Stellen Sie nicht ein – wählen Sie aus	93
---	-----------

5 Vertrauen ist alles	115
------------------------------------	------------

Prinzip 3

Es geht nicht um Sie

6 Das Unternehmen im Dienst am anderen.....	141
--	------------

7 Fördern Sie Empathie an der Kundenfront	171
--	------------

Prinzip 4 **Das Wow-Erlebnis**

8	Wow – das ultimative Gästelerlebnis.....	191
9	Wow-Erlebnisse wahr machen	215

Prinzip 5 **Eine bleibende Spur hinterlassen**

10	Anstreben, Erreichen, Lehren.....	237
11	Nachhaltigkeit und Verantwortung	259
	Zusammenfassung: Der bleibende Eindruck	289
	Anmerkungen	297
	Quellenangaben.....	305
	Register.....	311
	Über den Autor	315