

# INHALT

<b>Einleitung</b>	<b>9</b>
-------------------	----------

## **Sieben Gänge der Gastlichkeit**

Erster Gang: Vorspeisen	15
Verkaufen heißt Service	15
Kundendienst darf kein Geheimdienst sein, der sich im Verborgenen abspielt!	17
Zur Steigerung von Serviceleistung, Profit und Produktivität im Gastgewerbe sind 3 Punkte zu beachten .....	17
Wann hatten Sie zum letzten Mal zu viel guten Service?.....	18
Service: Knüller oder Killer? .....	19
Service ist das Lenkrad! Verkaufen ist der Motor! .....	21
Der Alptraum vom Verkauf .....	22
Die Kunst des „sanften“ Verkaufens .....	24
Wie sich Mundpropaganda ausbreitet .....	26
Wie Mundpropaganda in die Hose gehen kann .....	27
Wie's Leben so spielt – und die Moral von der Geschichte .....	27
Was kostet der Verlust eines Gastes in Dollar? .....	28
Zusammenfassung .....	29
 Zweiter Gang: Salate .....	 31
Wir säen und wir ernten .....	31
McDonald's versus Woolworth? .....	31
Marketing: Es geht nicht darum, wie man Gäste bekommt, es geht darum, wie man sie behält.....	33
Warum Training? .....	34
Frischer Wind in den Verkauf!.....	34
Service- und Barmitarbeiter.....	35
Der Commis, der's drauf hatte .....	36
Verkauf beginnt am Eingang .....	37
Zusammenfassung .....	37
 Dritter Gang: Hauptgerichte.....	 39
„Fleisch auf die Knochen“ .....	39
Attila, der Ordertaker, versus St. Franziskus, der Verkäufer .....	41
Die schlechte und die gute Nachricht.....	42

Sagen Sie NEIN zu Ordertakern! .....	44
Training, Führung und Beratung .....	45
Die 4 Schritte zu besserem Service und zu höheren Umsätzen .....	46
1. Schritt: Sehen Sie sich selbst als Verkäufer, nicht als Ordertaker! .....	46
2. Schritt: Sie kennen Ihre Produkte! .....	51
3. Schritt: Führen Sie Ihre Gäste! .....	58
4. Schritt: Verwenden Sie die richtigen Worte! .....	69
Zusammenfassung.....	81
 Vierter Gang: Desserts.....	83
Achten Sie auf Verschwendung.....	83
 Fünfter Gang: Drinks nach dem Essen.....	95
Etwas zum Runterspülen .....	95
Nicht ohne Binder.....	96
Vergessen Sie die „Einstellung“ Ihrer Mitarbeiter .....	97
Die 10 Erfordernisse eines wirkungsvollen Leistungsanreizes für Mitarbeiter .....	99
 Sechster Gang: Zahlen, bitte! .....	107
Das wirkliche Marketing beginnt, wenn die Gäste eintreten .....	107
Epilog .....	119
Rund um den Servicezyklus .....	120
1. Schritt: Erster Kontakt .....	121
2. Schritt: Der Eingangsbereich .....	123
3. Schritt: Die Begrüßung .....	124
4. Schritt: Die Bar oder Lounge .....	127
5. Schritt: Der Tisch .....	128
6. Schritt: Der Commis .....	128
7. Schritt: Servicemitarbeiter.....	129
8. Schritt: Der Manager.....	130
9. Schritt: Die Küche .....	130
10. Schritt: Toiletten und Waschräume.....	131

11. Schritt: Das Präsentieren der Rechnung.....	131
12. Schritt: Der Abschied .....	133
Noch schnell etwas über Teamarbeit .....	133
Aktionsplan: „Wo sind Ihre 12 Kontaktpunkte/ Momente der Wahrheit?“ .....	134
Das Theater.....	134
Ein Tag im Leben eines Restaurantmanagers: Neues Spiel, neues Glück!.....	134
10 Fähigkeiten, die jeder effiziente Restaurantmanager beherrschen muss.....	136
 Siebter Gang: Ein kleiner Schlummertrunk.....	141
SERVICE THAT SELLS! Zusammenfassung.....	141
 <b>Anhang</b>	<b>145</b>
101 Tipps, wie man mehr Bier, Vorspeisen, Wein, Beilagen, Desserts und spezielle Getränke verkauft.....	145