

INHALT

Vorwort	6
10 Tipps, wie Sie das Beste aus diesem Buch herausholen	7
Warum Sie dieses Buch lesen sollten	9
Unser Ziel – und wie wir es erreichen	12
Der „Was-wissen-Sie“-Test	14
Erster Teil: Die Kunst des smarten Verkaufens	21
1. Verhalten kontra Einstellung	33
2. Kennen Sie Ihr Angebot!	35
3. Das PENCOM-Nicken	41
4. Verwenden Sie die richtigen Worte	45
5. Das „Gesetz von Erster und Letzter“	51
6. Ihre Gäste wollen kaufen!	55
7. Bieten Sie immer eine Auswahl an	57
8. Wie wär's mit Ihren Favoriten?	61
9. Geteilte Freude ist doppelte Freude	63
10. Empfehlen Sie große Portionen	65
11. Geben Sie Ihr Bestes	67
12. Benutzen Sie Ihre „Requisiten“	69
13. Die 5 Verkaufszonen	73
Zweiter Teil: SERVICE THAT SELLS!	83
14. Der Servicezyklus: 12 Momente der Wahrheit	93
15. Die 5 Schritte zu ausgezeichnetem Service	101
16. Die „B 135“	105
17. Das Namensspiel	107
18. Der erste Eindruck zählt	109
19. Zum ersten Mal Ihr Gast?	111
20. Nicht im Sumpf landen	113
21. Das Kostenmonster bändigen	119
Eine letzte Bemerkung zu <i>SERVICE THAT SELLS!</i>	128
Rückblick <i>SERVICE THAT SELLS!</i>	129
Schlussfolgerung	131
Der „Was-wissen-Sie“-Test	133
Test-Auflösung	139