

INHALTSVERZEICHNIS

EINFÜHRUNG	11
Showdown am Beamer	12
Al Gores »Unbequeme Wahrheit«	13
Was dieses Buch leistet	15
Karriereturbo Kommunikation	16
Seien Sie verständlich.....	17
Logik ist der Schlüssel	19
Structure first.....	20
Training ist alles.....	22
Aus der Praxis für die Praxis	23
Grundlagen strukturierter Kommunikation.....	28
Triangologie	31
1. DIE PYRAMIDE VERSTEHEN – STELLEN SIE IHRE ARGUMENTATION AUF EINE FESTE BASIS	32
Pyramiden – die stabilsten Bauwerke der Welt	38
Zuspitzung auf das Wesentliche.....	39
Miss Marple versus Columbo.....	40
Das »110-Prinzip«	45
Trennung von Denk- und Schreibprozess	46
Zusammenfassung	49
2. DIE AUFGABE DEFINIEREN – FORMULIEREN SIE IHRE KERNFRAGE	51
Ihre Gedanken brauchen Platz	52

Kernfrage – der zentrale Ankerpunkt	53
Die Kernfrage basiert auf der Ausgangssituation	55
Die Kernfrage berücksichtigt auch etwaige Herausforderungen und Problemstellungen	56
Formulierung der Kernfrage	57
Case: Harry's Gourmetimbiss	59
Zusammenfassung	61
3. DIE AUFGABE STRUKTURIEREN – DURCHDRINGEN SIE DAS THEMA	63
Erkenntnis durch Fragen schaffen	64
Mit dem strukturierten Fragebaum jede Themenstellung in den Griff bekommen	66
Themenstrukturierung Top-down oder Bottom-Up	68
Der »Goldene Schnitt« ermöglicht den perfekten Fragebaum	70
Das MECE-Prinzip stellt die Logik sicher	72
Fragebäume sind ideal zum Planen eines Projektes	74
Sammeln von Daten und Fakten zur Beantwortung des Fragebaums	76
Case: Harry's Gourmetimbiss	77
Zusammenfassung	79
4. ADRESSATENANALYSE – DENKEN SIE SICH IN IHRE ZIELE UND ZIELGRUPPEN HINEIN	81
Zeit ist das wertvollste Gut	82
Die Individuelle Ansprache entscheidet über die Zielerreichung	83
Analyse der wichtigsten Zielpersonen	85
Typische Kommunikationsfehler	86
Wissen (Über die Zielgruppe) ist Macht	88
Die Adressatenanalyse – wer ist unser Gegenüber	89
Das Problem der gemischten Gruppe	92
Case: Harry's Gourmetimbiss	93
Zusammenfassung	95

5. DIE KERNBOTSCHAFT DEFINIEREN – FORMULIEREN SIE IHRE ZENTRALE AUSSAGE	97
Notwendigkeit der Key Message	98
»Make your point«.....	99
Gute Kernbotschaften »kleben«.....	101
Das SUCCES-Prinzip.....	103
Der Frage-Antwort-Dialog.....	105
»Elevator Pitch«.....	106
Case: Harry's Gourmetimbiss	107
Zusammenfassung	109
6. DIE PYRAMIDE ENTWICKELN – »VERARGUMENTIEREN« SIE IHRE KERNBOTSCHAFT	111
Der rote Faden.....	112
Die Storyline – der strukturierte Bauplan	113
Die Einführung.....	115
Der Hauptteil	117
Die Logische Gruppe	118
Die Logische Kette	122
Logische Gruppe versus Logische Kette.....	126
Das GÜTE-Siegel überprüft die Qualität unserer Aussagen	128
Der Abschluss	130
Die Pyramide	131
Case: Harry's Gourmetimbiss	133
Zusammenfassung	135
7. PRÄSENTATIONEN VISUALISIEREN – GEBEN SIE IHREN GEDANKEN EIN GESICHT	137
Visualisierung im Spannungsfeld zwischen Standards und Kreativität.....	138
(1) Einfachheit, Prägnanz und Relevanz	139
(2) Storyboard.....	143

(3) Corporate Standards	146
(4) Fünf Goldene Regeln	166
(5) Kreativität	178
(6) Sprache	191
Bei aller Kreativität: Bleiben Sie »straight«	194
Case: Harry's Gourmetimbiss	195
Zusammenfassung	199
8. FOLIEN PRODUZIEREN – NUTZEN SIE ERFAHRUNG, TRICKS UND TECHNIK	201
Sie haben es fast geschafft	202
Case: Harry's Gourmetimbiss	203
Platzhirsch PowerPoint	214
Professionelle Anwendung der Präsentationssoftware PowerPoint	217
Nehmen Sie sich ausreichend Zeit	219
Bedienen Sie sich etablierter Hilfsmittel	220
Unterstützende Tools	222
Zusammenfassung	225
BEMERKUNGEN	227
Probieren Sie es aus, der Erfolg wird Ihnen recht geben	228
Die Autoren	230
Quellenverzeichnis	232