

INHALTSVERZEICHNIS

TEIL I: EINFÜHRUNG.....	11
<i>Jederzeit, jeder, überall: Problemlösung mithilfe von Bildern</i>	<i>11</i>
<i>Kapitel 1: Das Geschäft mit anderen Augen sehen</i>	<i>13</i>
<i>»Ich bin nicht so der visuelle Typ«</i>	<i>14</i>
<i>Visuelles Denken in vier Lektionen</i>	<i>15</i>
<i>Wie alles begann: Englisches Frühstück (oder Wie visuelles Denken meinen Speck rettete).....</i>	<i>16</i>
<i>Kapitel 2: Was für Probleme, was für Bilder, und wer ist überhaupt »wir«?</i>	<i>25</i>
<i>Was Sie hoffentlich aus diesem Buch lernen können</i>	<i>25</i>
<i>Probleme? Was für Probleme?.....</i>	<i>26</i>
<i>Bilder? Was für Bilder?.....</i>	<i>35</i>
<i>Die Hand ist mächtiger als die Maus.....</i>	<i>39</i>
<i>Schwarzer Stift, gelber Stift, roter Stift: Wer bin ich?.....</i>	<i>40</i>
<i>Wie Sie am besten mit diesem Buch arbeiten</i>	<i>46</i>
<i>Kapitel 3: Ein Spiel ohne Verlierer: Die vier Stufen des visuellen Denkens</i>	<i>50</i>
<i>Texas Hold'em: der Table Stake des visuellen Denkens</i>	<i>50</i>
<i>Der Prozess visuellen Denkens</i>	<i>54</i>
<i>Es verläuft natürlich nicht immer linear</i>	<i>62</i>

TEIL II: IDEEN FINDEN.	67
Besser hingucken, genauer betrachten, weiter denken:	
Werkzeuge und Regeln für gutes visuelles Denken.	67
<i>Kapitel 4: Nein danke, ich will nur mal gucken.</i>	<i>69</i>
Wie wir sehen.	70
Wo ist oben?	70
Besser hinsehen: Vier Regeln, die Sie beherzigen sollten.	78
Zu viel zu sehen.	79
Nicht genug zu sehen.	80
Das Prinzip Garagenverkauf:	
Woher wissen wir überhaupt, was wir haben?	83
Na gut, aber wie können wir einen Gedanken ansehen?	89
Wohin sehen wir als Erstes?	93
<i>Kapitel 5: Die sechs Arten des Betrachtens.</i>	<i>97</i>
Das große Ganze betrachten.	99
Die sechs Arten des Betrachtens.	102
Arbeiten mit den 6 W.	113
Der Schokoladenkrieg.	114
Der Schokoladen-Schulungsprozess gemäß der 6 W.	119
Vorschau auf künftige Ereignisse: Machen Sie sich bereit für die sechs Arten des Vermittelns.	125
<i>Kapitel 6: SQVID: eine praktische Übung in angewandter Vorstellungskraft.</i>	<i>127</i>
Mit geschlossenen Augen sehen: die Kunst der Imagination.	127
Willkommen bei SQVID: visuelles Training für das ganze Gehirn.	138

SQVID in Aktion.	144
Was geschieht.	164
<i>Kapitel 7: Systeme der Vermittlung.</i>	<i>166</i>
Gummi auf Asphalt.	167
Die drei Schritte des Zeigens.	168
Betrachten wird zu Zeigen.	170
Wie definiert man ein Vermittlungssystem?	176
Gesamtdarstellung: Der Kodex visuellen Denkens.	179
 TEIL III: IDEEN ENTWICKELN.	 187
<i>Visuelles Denken für Fortgeschrittene: Wie man visuelles Denken</i> <i>in die Tat umsetzt.</i>	<i>187</i>
 <i>Kapitel 8: Zeigen und visuelles Denken für Fortgeschrittene.</i>	<i>189</i>
Meine Damen und Herren, zücken Sie Ihre Stifte.	189
Visuelles Denken für Fortgeschrittene: Umsetzung in die Praxis.	190
 <i>Kapitel 9: Wer sind unsere Kunden?</i>	<i>195</i>
Die Kundenkrise.	195
Porträts: Allgemeine Faustregeln.	197
 <i>Kapitel 10: Wie viele kaufen?</i>	<i>207</i>
Die Kundenkrise, diesmal in Zahlen.	207
Tabellen: Allgemeine Faustregeln.	209

<i>Kapitel 11: Wo steht unser Unternehmen?</i>	220
Mit dem Finger auf der Landkarte.	220
Karten: Allgemeine Faustregeln.	223
<i>Kapitel 12: Bis wann kann das erledigt sein?</i>	247
Ein Schritt nach dem anderen	247
Zeitstrahlen: Allgemeine Faustregeln	249
<i>Kapitel 13: Wie können wir das Geschäft ankurbeln?</i>	267
Wie kriegen wir das hin?	267
<i>Kapitel 14: Warum sollten wir uns überhaupt die Mühe machen?</i>	276
Warum Geld ausgeben?	276
Multivariable Schaubilder: Allgemeine Faustregeln	279
TEIL IV: VERKAUFSIDEEN.	291
It's Showtime	291
<i>Kapitel 15: Alles, was ich über das Geschäft weiß, habe ich durch Zeigen und Erklären gelernt</i>	293
Alles, was ich über das Geschäft weiß, habe ich durch Zeigen und Erklären gelernt	293
<i>Sehen, Betrachten, Vorstellen, Zeigen: Ideen verkaufen durch Bilder in vier Schritten</i>	298
Manchmal ist eine Pizza genug – manchmal nicht	309

<i>Kapitel 16: Schlussfolgerungen ziehen</i>	312
Visuelles Denken: Der Problemlösungs-Werkzeugkasten für unterwegs. .	312
Drei-vier-fünf-sechs: Das Taschenmesser visuellen Denkens.	312
<i>Danksagungen</i>	317
Anhang A: Die Wissenschaft des visuellen Denkens.	321
Russisches Roulette.	321
Wie wir sehen, Teil I: Die Wege der Wahrnehmung	324
Wie wir sehen, Teil II: Rechte Gehirnhälfte versus linke Gehirnhälfte . . .	329
Wie wir sehen, Teil III: Dinge, die wir nicht wissen	330
Anhang B: Hilfsmittel für das visuelle Denken	332
Software	332
Bücher.	334