

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: Harrys Gourmetimbiss	59
Zusammenfassung	63
 3. DIE AUFGABE STRUKTURIEREN – DURCHDRINGEN SIE DAS THEMA	 65
Erkenntnis durch Fragen schaffen	66
Mit dem strukturierten Fragebaum jede Themenstellung in den Griff bekommen	68
Themenstrukturierung Top-down oder Bottom-Up	70
Der »Goldene Schnitt« ermöglicht den perfekten Fragebaum	72
Das MECE-Prinzip stellt die Logik sicher	74
Fragebäume sind ideal zum Planen eines Projektes	76
Sammeln von Daten und Fakten zur Beantwortung des Fragebaums	78
Case: Harrys Gourmetimbiss	79
Zusammenfassung	81
 4. ADRESSATENANALYSE – DENKEN SIE SICH IN IHRE ZIELE UND ZIELGRUPPEN HINEIN	 83
Zeit ist das wertvollste Gut	84
Die Individuelle Ansprache entscheidet über die Zielerreichung	85
Analyse der wichtigsten Zielpersonen	87
Typische Kommunikationsfehler	88
Wissen (über die Zielgruppe) ist Macht	90
Die Adressatenanalyse – wer ist unser Gegenüber?	91
Das Problem der gemischten Gruppe	94
Case: Harrys Gourmetimbiss	95
Zusammenfassung	97

5. DIE KERNBOTSCHAFT DEFINIEREN — FORMULIEREN SIE IHRE ZENTRALE AUSSAGE	99
Notwendigkeit der Key Message	100
»Make your point«	101
Gute Kernbotschaften »kleben«.....	103
Das SUCCES-Prinzip.....	105
Der Frage-Antwort-Dialog.....	107
»Elevator Pitch«.....	108
Case: Harrys Gourmetimbiss	109
Zusammenfassung.....	111
6. DIE PYRAMIDE ENTWICKELN – »VERARGUMENTIEREN« SIE IHRE KERNBOTSCHAFT	113
Der rote Faden.....	114
Die Storyline — der strukturierte Bauplan.....	115
Die Einführung	117
Der Hauptteil	119
Die Logische Gruppe	120
Die Logische Kette	124
Logische Gruppe versus Logische Kette.....	128
Das GÜTE-Siegel überprüft die Qualität unserer Aussagen	130
Der Abschluss	132
Die Pyramide	133
Case: Harrys Gourmetimbiss	135
Zusammenfassung.....	137
7. PRÄSENTATIONEN VISUALISIEREN — GEBEN SIE IHREN GEDANKEN EIN GESICHT	139
Visualisierung im Spannungsfeld zwischen Standards und Kreativität.....	140
(1) Einfachheit, Prägnanz und Relevanz.....	141
(2) Storyboard	145

(3) Corporate Standards	148
(4) Fünf Goldene Regeln	168
(5) Kreativität.....	180
(6) Sprache.....	193
Bei aller Kreativität: Bleiben Sie »straight«.....	196
Case: Harrys Gourmetimbiss	197
Zusammenfassung.....	201
 8. FOLIEN PRODUZIEREN – NUTZEN SIE ERFAHRUNG, TRICKS UND KI	 203
Sie haben es fast geschafft	204
Case: Harrys Gourmetimbiss	205
Eine gut gemachte Business-Präsentation, aber	216
Erkenntnis durch Fragen schaffen.....	217
Gleiche Story, gleiche Struktur, gleiche Inhalte	218
Platzhirsch PowerPoint.....	229
Professionelle Anwendung der Präsentationssoftware PowerPoint	231
Nehmen Sie sich ausreichend Zeit	233
Bedienen Sie sich etablierter Hilfsmittel	234
Präsentation mit KI	237
Die Auswirkungen von Künstlicher Intelligenz auf die steercom Methodik	238
Zusammenfassung.....	255
 BEMERKUNGEN	 257
Probieren Sie es aus, der Erfolg wird Ihnen recht geben	258
Die Autoren	260
Quellenverzeichnis.....	262