

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