

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>EINFÜHRUNG</b>	<b>11</b>
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
 <b>1. DIE PYRAMIDE VERSTEHEN – STELLEN SIE IHRE ARGUMENTATION AUF EINE FESTE BASIS</b>	 <b>32</b>
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
 <b>2. DIE AUFGABE DEFINIEREN – FORMULIEREN SIE IHRE KERNFRAGE</b>	 <b>51</b>
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
<b>3. DIE AUFGABE STRUKTURIEREN – DURCHDRINGEN SIE DAS THEMA</b>	<b>65</b>
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
<b>4. ADRESSATENANALYSE – DENKEN SIE SICH IN IHRE ZIELE UND ZIELGRUPPEN HINEIN</b>	<b>83</b>
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

<b>5. DIE KERNBOTSCHAFT DEFINIEREN – FORMULIEREN SIE IHRE ZENTRALE AUSSAGE</b>	<b>99</b>
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
<b>6. DIE PYRAMIDE ENTWICKELN – »VERARGUMENTIEREN« SIE IHRE KERNBOTSCHAFT</b>	<b>113</b>
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
<b>7. PRÄSENTATIONEN VISUALISIEREN – GEBEN SIE IHREN GEDANKEN EIN GESICHT</b>	<b>139</b>
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
<b>8. FOLIEN PRODUZIEREN – NUTZEN SIE ERFAHRUNG, TRICKS UND TECHNIK</b>	<b>203</b>
Sie haben es fast geschafft .....	204
Case: Harrys Gourmetimbiss .....	205
Platzhirsch PowerPoint .....	217
Professionelle Anwendung der Präsentationssoftware PowerPoint .....	220
Nehmen Sie sich ausreichend Zeit .....	222
Bedienen Sie sich etablierter Hilfsmittel .....	223
Unterstützende Tools .....	225
Zusammenfassung .....	227
<b>PREZI</b>	<b>229</b>
Beginn einer neuen Ära? .....	230
Das Prezi-Wow .....	231
Prezi versus PowerPoint .....	233
The Making of a powerful Prezi .....	234
<b>BEMERKUNGEN</b>	<b>235</b>
Probieren Sie es aus, der Erfolg wird Ihnen recht geben .....	236
Die Autoren .....	238
Quellenverzeichnis .....	240