

INHALT

Vorwort von Jan Josef Liefers	8
Die Kraft der Dreiecke	9
Teil eins: Das Zielsatz Prinzip	11
1 Die Rahmenwirkung der Trichterform	12
2 Die Box	14
3 Der Kreisel	16
4 Situation Complication Solution	18
5 Die Kette	20
6 Vom Kasten zum Trichter	22
7 Vom Material zum Zielsatz	24
8 Sprechen/Schreiben vs. Planen	26
9 Der Trichter macht kurzfristig	28
10 Vom Allgemeinen zum Besonderen	30
11 Vom Bekannten zum Neuen	32
12 Vom Fremden zum Eigenen	34
Teil zwei: Trichter des Lebens	37
13 Inhaltspyramiden und Redetrichter	38
14 Der Nürnberger Trichter	40
15 Der weibliche Trichter	42
16 Das Eisberg Modell	44
17 Die Alternativen-Verengung	46
18 Der kreative Prozess	48
19 Konvergentes Denken	50
20 Der Sex Trichter	52

Teil drei: Trichter der Pointierung ...	55
21 Die Schweige Spirale	56
22 Der Wortreduktions-Trichter	58
23 Der Trichter aus Stichwörtern	60
24 Der wirkungsvolle Textabschnitt	62
25 Vom Status zum Ziel	64
26 Der Übertreibungs Trichter	66
27 Die Alternativ Trichter	68
28 Der Frage Trichter	70
29 Das Zielsatz Chart	72
 Teil vier: Trichter des Überzeugens	 75
30 Informieren oder Überzeugen	76
31 Die vier Elemente des Überzeugens	78
32 Serielle Rede Trichter	80
33 Die Raute	82
34 Die Sanduhr	84
35 Die Argument Anordnung	86
36 Der Induktiv-Trichter	88
37 Der Fünfsatz	90
38 Der Spin	92
39 Der Sales Trichter	94
 Teil fünf: Pyramiden des Informierens	 97
40 Stumpf oder spitz	98
41 Die Deduktiv-Pyramide	100
42 Der männliche umgekehrte Trichter	102
43 Die Strategieberater Pyramide	104
44 Die Nachrichten-Pyramide	106
45 Der Elevator Pitch	108
46 Der Wikipedia Aufbau	110
47 Das Pyramiden-Chart	112

48 Quantitative versus konzeptionelle Charts	114
49 Rede Trichter – Pyramiden Charts	116
50 Expert oder Executive Modus	118
Quellen	120
Literatur	121
Über den Autor	122