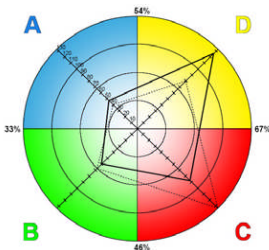
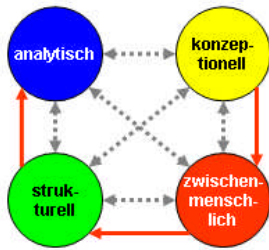


# Wie funktioniert das HBDI?

Mit dem HBDI Fragebogen (120 Fragen) zugänglich über das Internet wird die persönliche Denkstilanalyse in grafischer Form erstellt.



Die grafische Darstellung



Beispiel für die Rangfolge von Denkpräferenzen

Die Analyse zeigt wertfrei die relative Verteilung der bevorzugten Denkstile der Person. Das Profil erhalten die Teilnehmer in einer versiegelten Mappe während eines Einzelgesprächs.

Das authentische Abbild Ihrer Persönlichkeit.

Ihr persönliches AHA-Erlebnis!



# Welchen Nutzen haben Sie?

Sie erkennen Ihre Präferenzen im Denken. Mit diesem Bewußtsein sind Sie in der Lage Veränderungen im Denken, im Handeln, im Arbeiten, in der Präsentation und der Kommunikation durchzuführen.

Dadurch erhöhen Sie Ihre Kreativität, Produktivität und Effektivität.

Sie steigern Ihre Motivation, die Zufriedenheit und erhalten mehr Anerkennung.

Sie entwickeln Ihre persönliche Marke und bauen sich Ihren Wettbewerbsvorteil auf.

## An wen wendet sich unser Angebot?

An alle Menschen - Führungskräfte, Verkäufer und "Performer" die ihre Zukunft erfolgreich gestalten und bewusst entwickeln wollen.

Ihr HBDI Coach -  
AR Arno Rödel  
Unternehmensberatung GmbH  
Beim Dürren Ast 22 b

D-86161 Augsburg  
Telefon 0821 / 579418  
Fax 0821 / 594041  
eMail : info@ar-ub.de



# Grenzenlos denken - mehr erreichen!



## Jeder Mensch ist einzigartig!

Erkennen Sie Ihre Stärken und Möglichkeiten -  
Schaffen Sie  
„Personal-Branding“



# 1. Jeder Mensch ist einzigartig!

Die Denkstilanalyse hilft Präferenzen im Denken zu Erkennen. Denkstil-Profile sind wertfreie Darstellungen zur:

- Bestimmung eigener Stärken und Potenziale
- Persönlichkeitsentwicklung und Karriereplanung
- Berufszielfindung und berufliche Neuorientierung
- Persönliche Wirkung bei öffentlichen Auftritten
- Möglichkeiten als Führungskraft

Das Einzelprofil vermittelt einfach und unkompliziert Erkenntnisse, über die bevorzugte Art zu denken. Damit kann das gesamte Potenzial des Denkens entwickelt werden, die Produktivität, Kreativität und Zufriedenheit steigt.



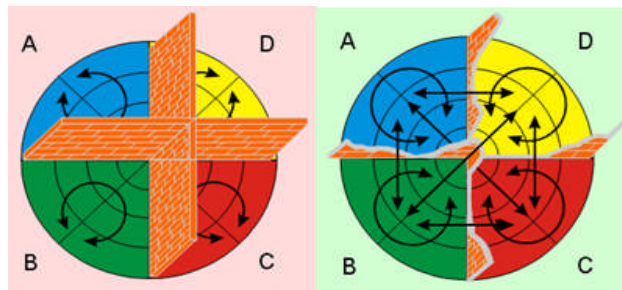
# 2. Die veränderte Selbstwahrnehmung, ändert auch die Welt!

Im Einzelgespräch Denkpräferenz und Erfahrungen abstimmen und neue Möglichkeiten erkennen.

Das Konzept der Denkstilanalyse misst die physiologische Wahrnehmung. Eine Analyse, die als **Metapher** wichtige Hirnfunktionen abbildet, die durch Ergebnisse der modernen Neurowissenschaften bestätigt werden.

Das HBDI ist kein Test, sondern ein Hilfsmittel zur realistischen Selbsteinschätzung. Es bewertet die relative Verteilung der wichtigsten Denkstile nach den Kriterien: **Besonders, bevorzugt, normal, vermeiden** und bietet die Möglichkeit für ein aufschlussreiches Feedback-Einzelgespräch. Im Einzelgespräch erarbeitet der zertifizierte HBDI Coach mit dem Teilnehmer, ob Erfahrungen die ermittelten Präferenzen bestätigen. Ein akzeptiertes Selbstbild entsteht. Die Grundlage für die Veränderung.

Grenzenlos denken - mehr erreichen!  
Lassen Sie die Mauern im Kopf fallen.



# 3. Schaffen Sie „Personal-Branding“

Stimmt das mit der Denkstilanalyse ermittelte Selbstbild mit Ihrem Image bei Ihren Kunden, mit Ihrem Fremdbild bei Mitarbeiter, Kollegen, Wettbewerbern und in der Öffentlichkeit überein? Nutzen Sie die Möglichkeiten der **Entwicklung einer Marke** für Ihren persönlichen Auftritt und Ihre Wirkung auf andere Menschen. Schaffen Sie eine enge Koppelung mit Ihrem Unternehmen, den Produkten bzw. der Dienstleistung und den Kunden. Haben Sie Interesse an dieser Performance?

- Die Wirkung eines Menschen als Marke lässt sich langfristig und systematisch entwickeln.
- Über den emotionalen Erfolg persönlicher Kommunikation entscheiden "Bilder" und "Storys".
- Das Image einer Persönlichkeit und ihrer Leistungen muss sich gegenseitig bestätigen.
- Der Mensch als Marke vermittelt eine "Kernbotschaft" und eine "Erfolgsstory".
- Erfolgreiche Marken vermitteln Vertrauen. Vertrauen bedeutet, sich auf den Menschen und seine Leistungen verlassen zu können.
- Die Marke schafft die Möglichkeit sich mit der Persönlichkeit und seiner Leistungsfähigkeit, emotional identifizieren zu können.
- Die Persönlichkeit und die Leistungsfähigkeit muss als Marke optisch und akustisch widerspruchsfrei vermittelt werden und emotional zugänglich sein

Einen persönlichen Markenauftritt können Sie in einem Einzel- oder Gruppencoaching entwickeln. Besuchen Sie unseren Workshop „Personal-Branding“.