

bioLogic® – Entstehung, Anwendung, Nutzen

Die bioLogic® ist ein universelles Effizienz-Werkzeug auf neurowissenschaftlicher Basis. Es ermöglicht die psychologische Struktur von Menschen, Prozessen, Produkten und Texten/Werbemitteln zu erfassen und dann perfekt aufeinander abzustimmen. Bei diesem Abstimmen geht es darum, eine möglichst vollständige „Passung“ zwischen den beteiligten Elementen herzustellen.

Die psychologische Struktur wird bei der bioLogic® durch drei zentrale Dimensionen erfasst:

- Impulsivität: Macher- und Durchsetzungskomponente
- Introversion: Planungs- und Denker-Komponente
- Intuition: Gefühls- und Sozial-Komponente

Diese drei Persönlichkeits-Dimensionen sind bei jedem Menschen unterschiedlich stark ausgeprägt, wobei meistens eine bis zwei Komponenten dominieren. Somit ist die bioLogische Struktur einer Person absolut individuell, sozusagen wie ein Fingerabdruck der Persönlichkeit. Gleichzeitig treten die Grundzüge der Persönlichkeit auch in unterschiedlichen Lebenssituationen immer in relativ gleicher Art und Weise zu Tage. Dies bedeutet: Wenn man das neurobiologisch determinierte Grundmuster eines Menschen mit Hilfe der bioLogic® erkannt hat, hält man einen passgenauen Schlüssel zum Denken und Handeln dieses Menschen in Händen. Entsprechend kann man sein zukünftiges Verhalten besser abschätzen und das eigene Verhalten ggf. darauf abstimmen.

Wissenschaftlicher Hintergrund:

Die bioLogic® wurde auf der Basis der neurobiologischen Erkenntnisse des Hirnforschers Prof. Dr. Dr. Gerhard Roth und des Genetikers Claude Robert Cloninger entwickelt. Die neuronale Grundlage ist die ureigene „Programmierung“ des Menschen durch seine Genetik und seine Prägungen, vor allem bis zur frühen Kindheit.

Zentrale Anwendungsfelder der bioLogic®:

Überall dort, wo es um die Herstellung einer Passung geht, und zwar:

- zwischen zwei Menschen (z. B. Führungskraft – Mitarbeiter, Verkäufer – Kunde)
- zwischen Mensch und Prozess (z. B. bei der Stellenbesetzung/Recruiting)
- zwischen Mensch und Produkt (z. B. bei der Zielgruppen-Bestimmung im Marketing)
- zwischen Mensch und Text/Werbemittel (z. B. bei der Gestaltung von schriftlichen Materialien).

Wann macht die Anwendung der bioLogic® Sinn?

Immer dann, wenn Dinge nicht „rund“ laufen, Sand im Getriebe ist oder der Eindruck besteht „Es klemmt irgendwo.“ Oder wenn Botschaften beim Empfänger nicht richtig ankommen. Der Grund besteht dann regelmäßig darin, dass unterschiedliche bioLogic®-Strukturen aufeinander prallen. Deshalb kann jeder die Ergebnisse und die Effizienz in seinem Bereich signifikant bis drastisch verbessern, wenn es ihm gelingt, die beteiligten psychologischen Strukturen in Übereinstimmung zu bringen.

Informationen und Referenzen:

Dr. Teipel – Ghostwriting ■ Steigle 9 ■ 72160 Horb am Neckar
Telefon 07451.623470 ■ info@teipel-ghostwriting.de ■ www.teipel-ghostwriting.de