

Die Weise

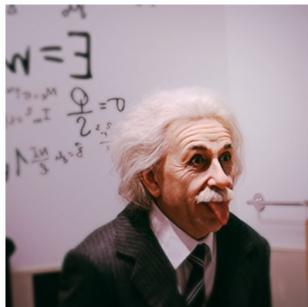
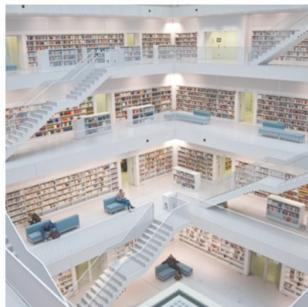
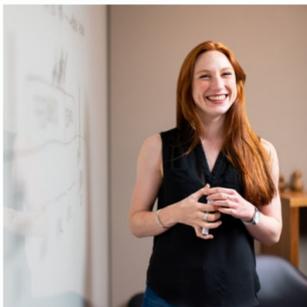
Analystin, Expertin, Mentorin

www.barbara-bichler.de/weise

Dein innerster Antrieb:

Wahrheit finden und teilen

Du nutzt deine Intelligenz und Analyse-Fähigkeit, um die Welt zu verstehen und deine Erkenntnisse an andere weiterzugeben. Du bist sachkundig, gut informiert und nachdenklich.



Was dich auszeichnet

Als die Weise bist wissensdurstig und stets auf der Suche nach Informationen und Lösungen. Du recherchierst gerne und untersuchst die Dinge gewissenhaft. So baust du dir eine fundierte Expertise auf. Dieses Wissen teilst du gerne mit anderen und hilfst den Menschen, Zusammenhänge, Methoden oder Prozesse besser zu verstehen.

Die Menschen vertrauen dir als Beraterin oder Mentorin, denn sie wissen, du bist eine verlässliche Informationsquelle und dein Knowhow ist faktenbasiert und tiefgreifend. Du hilfst anderen, ihre Themen zu verstehen und gesetzte Ziele zu erreichen.

"Traue keiner Statistik, die du nicht selbst geprüft hast" könnte deine Aussage sein.

Die Weise neigt dazu, Details in alle Ewigkeit zu studieren, aber nie konkret zu handeln oder in Perfektionismus zu verfallen. Sie hat Sorge, in die Irre geführt zu werden und kann unter Umständen ignorant und unempathisch wirken.

Bekannte Vertreter

Albert Einstein, Bill Gates, Hermine (bei Harry Potter)
Google, Mc Kinsey, Harvard Universität

So verkörperst du die Weise:

Tonalität deiner Texte

Was du schreibst klingt entschieden, smart, faktenlastig und fundiert. Beschreibe deinen eigenen Entwicklungsprozess und die maßgeblichen Vorgehensweisen, die zu deinem Erkenntnisgewinn führen. Auch Analysen, Statistiken oder wissenschaftliche Berichte können deine Statements untermauern.

Farb- und Bildwelt

Du präsentierst diesen Typus am besten durch übersichtlich strukturierte und schnörkellose Optik. Farben und Schriften sollten eher schlicht gehalten sein. Verspieltes oder allzu buntes Design passt hier nicht. Verwende Bilder, die eine gewisse "Bedachtheit" und ernsthafte Beschäftigung mit Dingen zeigen. Deine Besucher sollen das Gefühl haben, dass du dich mit allen Themen objektiv und kritisch beschäftigst, bevor du Erkenntnisse weitergibst.

Marken-Image stärken

Hilf deinen Kund:innen durch lösungsorientierte und methodische Herangehensweisen und gut recherchierte Informationen dabei, ihre Probleme zu lösen und die damit verbundenen Themen, Prozesse oder Tools zu verstehen.



*Was wir wissen, ist ein Tropfen,
was wir nicht wissen - ein Ozean.*

- Isaac Newton -

Visuelle Beispiele



Grau, Schwarz oder Blau bringen den fundierten, analytischen und objektiven Ansatz zum Ausdruck.
Eine individuelle Akzentfarbe gibt dem Design Spannung und Individualität.
Die Bildwelt transportiert den Lern-Aspekt und "Unterstützung durch Wissen".