

Die C-R-Q-Hauptfaktoren



Das sind die C-R-Q-Hauptfaktoren professionell-kundenorientierten **Denkens**, illustriert jeweils mit einem ihrer zentralen Leitgedanken.

Weitere Fragen knüpfen sich daran an:

- Welche **Prototypen** oder Typologien habe ich im Kopf, wenn ich mit Kunden (oder Kollegen und Mitarbeitern) im Kontakt bin?
- Gelingt es mir, mich von aktuellen Widrigkeiten **frei** zu machen, wenn ich mit Menschen kommuniziere oder trage ich dies dort hinein, mache es sogar zum Thema?

Und vor allem:

- Sind diese Vorstellungen und meine **Überzeugungen** für meine Arbeit, für mich persönlich **hilfreich** oder bereiten sie mir Schwierigkeiten und Belastungen?

In diesem Denken **unterscheiden** sich Berufstätige sehr stark, wie wir in unseren Studien feststellen konnten.

Mit unserem Messverfahren **C-R-Q/PCR** können wir diese Faktoren sehr differenziert **analysieren**, in ihren insgesamt 18 Subfaktoren/Facetten und hinsichtlich der Tiefe dieser Einstellungen und ihrer Konsistenz.

Aus diesen objektiven Erhebungen lassen sich einzigartige **Erkenntnisse** für die Konzeption einer Maßnahme gewinnen und ebenso rückblickend über ihren Erfolg...

