



Zwei Herzen

Claudia Vinke-Fehlauer,
33 Jahre, hat Betriebswirtschaft
an der Universität Hamburg mit
dem Schwerpunkt Marketing
studiert. Heute arbeitet sie
als Business Engineer CRM
im Bereich Service & Operations
beim multimedialen
Versandhändler HSE24.

Auch heute noch schlagen zwei Herzen in mir: Ich habe eine sehr pragmatische, analytische Seite, und gleichzeitig bin ich kommunikativ, kreativ und probiere gern Neues aus. Mit meinem Studium der Betriebswirtschaftslehre und dem Schwerpunkt Marketing konnte ich genau diese beiden Seiten abdecken.

Ich entschied mich nach dem Uni-Abschluss dann zunächst für ein Traineeprogramm bei einem Möbelhersteller. Besonders die Wochen in der Produktion und die Kundenbesuche mit den Vertrieblern waren unglaublich lehrreich. Hier habe ich gemerkt, dass mein persönliches Interesse an interdisziplinärem Arbeiten auch eine meiner Stärken ist. Eine Personalberatung hat mich damals angesprochen und mir eine Stelle bei HSE24 angeboten, einem multimedialen Handelshaus, das über TV, Internet und Mobile Devices ein breites Produktsortiment vertreibt.

Die Stelle im Customer Relationship Management (CRM) war genau das, was ich gesucht hatte und bot gleichzeitig eine logische berufliche Weiterentwicklung. Denn CRM verbindet die Teildisziplinen Marketing, Vertrieb und Service miteinander und bietet gleichzeitig die Möglichkeit, wirklich übergreifend und vernetzt zu arbeiten. Unter CRM verstehen wir eine Unternehmensstrategie, die auf den

systematischen Aufbau und die Pflege dauerhafter und profitabler Kundenbeziehungen zielt. In unserer Abteilung entwickeln wir dazu kontinuierlich neue Konzepte, nehmen Prozessoptimierungen vor und setzen diese direkt in den Projekten um. Damit unterstützen wir aktiv die operativen Bereiche und schaffen auch neue Wachstumsmöglichkeiten.

Ein Beispiel: Ein großer Erfolg der letzten Monate war die Einführung eines unternehmensweiten Kundenmanagements. Getreu der Aussage von Henry Ford „Der Verkauf eines Produktes ist nicht der Abschluss eines Geschäftes, sondern der Beginn einer Beziehung“ wurden Maßnahmen entwickelt, die eine abteilungsübergreifende Sicht auf den Kunden und anschließend den gezielten Aufbau nachhaltiger und wertorientierter Kundenbeziehungen ermöglichen. Schon der Projekttitel MARIA zeigt, dass hier der Kunde im Mittelpunkt steht, denn Maria ist der häufigste Kundename bei uns.

Insgesamt kommen bei meinem derzeitigen Aufgabenprofil auch meine Fähigkeiten als Wirtschaftswissenschaftlerin zum Einsatz. Zu sehen, wie sich aus einem ersten Gedanken eine Idee formt und diese Idee langsam, aber stetig konkrete Formen annimmt, auch andere Abteilungen überzeugt und schließlich in die Umsetzung geht, macht mir am meisten Spaß.