

CAS Multichannel Excellence HWZ

Holen Sie das Maximum heraus. Aus jedem Kanal. Jeder Aktivität. Jedem Franken. Aus sich selbst.

Sie erkennen die Chancen, die sich aus neuen Technologien, Medien und Paradigmen ergeben, sind jedoch nicht überzeugt, deren Potenzial wirklich auszuschöpfen und diese optimal in den Gesamt-mix zu integrieren? Dann ist dieser Zertifikatslehrgang genau richtig für Sie.

Intelligenz entsteht durch Vernetzung

Exzellenz in der transmedialen Kommunikation ist zum Wettbewerbsvorteil und Erfolgsfaktor geworden. Mit Multichannel Excellence umzugehen, heisst, den Konsumierenden sowie dessen Verhalten zu kennen, die Touchpoints vergleichen zu können und daraus den Kommunikationsmix zu optimieren. Durch den richtigen Einsatz der digitalen Medien erreichen Sie einen zeitgemässen Umgang mit Ihren Kunden, potenziellen Mitarbeitenden sowie weiteren Stakeholdern lokal und global.

Der CAS Multichannel Excellence ist ein in sich geschlossener Zertifikatslehrgang mit Leistungsnachweis. Studierenden mit MAS-Zulassung kann er als Wahlmodul an den MAS Digital Business angerechnet werden.

Ihr Nutzen

- ✓ Anrechnung an den MAS Digital Business der HWZ
- ✓ Innovative, direkt anwendbare Methodik
- ✓ Hilfsmittel und Tools für den Transfer des Gelernten in den Arbeitsalltag

Facts & Figures

Abschluss

«Certificate of Advanced Studies (CAS) in Multichannel Excellence»

Anerkennung

15 ECTS-Kreditpunkte

Pensum

Berufsbegleitender Studiengang.
100-prozentige Arbeitstätigkeit möglich.

Beginn

Studienbeginn ist jeweils im Februar.
Die Studiendaten finden Sie auf der Website.

Dauer

1 Semester (18 Tage)

Anzahl Teilnehmende

Die Studiengruppe umfasst maximal 24 Teilnehmende.

Studienort

Das Studium findet im Gebäude «Sihlhof» im Herzen von Zürich statt. Der «Sihlhof» befindet sich direkt beim Hauptbahnhof, im trendigen Stadtteil der Europaallee.

Studiengebühren

Die aktuellen Studiengebühren finden Sie auf der Website.

Blog

www.hwzdigital.ch

Website

www.fh-hwz.ch/casmcm

Wahrnehmungen ziel- und wirkungsorientiert managen

Ziele und Perspektiven

Im 18-tägigen CAS Multichannel Excellence der HWZ vermitteln Ihnen erfahrene Expertinnen und Experten Know-how, Kompetenzen und Tools für ein professionelles und erfolgreiches Management (Planen, Leiten, Steuern) von Polymarketing-Touchpoint-Architekturen. Speziellen Fokus legen wir auf das Management und die Vernetzung der neuen hybriden Touchpoints, welche Kommunikation, Verkauf, Distribution, Kundenservice, CRM etc. in beliebiger Form und Zusammensetzung vereinen. Sie lernen Methoden, die im Berufsalltag eingesetzt werden können, sowie kreative Ansätze und neuartige Tools für modernes Marketing und innovative Kommunikation kennen.

Teilnehmende

Der Studiengang richtet sich an leitende Mitarbeitende mit direkter Verantwortlichkeit für einen oder mehrere Kanäle in Grossunternehmen, KMUs und Beratungsunternehmen in den Bereichen Unternehmensstrategie, Marketing und Kommunikation sowie in öffentlichen Betrieben und Non-Profit-Organisationen.

Zulassung

Zugelassen werden Personen mit einem Hochschulabschluss oder äquivalenten Abschluss und mindestens zwei Jahren Berufserfahrung.

Personen mit anderen Bildungsabschlüssen wie zum Beispiel TS, HF und höheren Fachprüfungen mit eidg. Abschluss können «sur dossier» aufgenommen werden.

Aufbau und Inhalt des Studiengangs

Der Studiengang basiert auf der Philosophie von Polymarketing. Im Unterricht werden akademische und praktische Inhalte vermittelt. Durch Fallstudien und Ad-hoc-Gruppenarbeiten werden diese gezielt vernetzt.

Interdisziplinär und integral

Menschen kann man heute nicht einfach klassifizieren. Sie lassen sich weder in vorgefertigte Boxen mit verstaubter Beschriftung noch in die schlüpfrige Haut von Personae stopfen. Sie wollen eigene Boxen, am besten mehrere. Regeln, wann sie in welcher Box sind, gibts keine, und in diesem Moment finden sie wahrscheinlich gerade eine neue Box, an die wir noch gar nicht gedacht haben.

Darum arbeitet Polymarketing mit Circles. In diesen Circles bekommen Menschen mit verbindenden Merkmalen, Motivationen, Lebenskonzepten so etwas wie eine Membership. Jeder kann dabei verschiedenen Circles zugehören. Auf ihre Bedürfnisse, Wünsche und Erwartungen wird an jedem Touchpoint kontextspezifisch eingegangen (Contextual Value Proposition). Das bedeutet: kleinere Zielgruppen (Circles), weniger Touchpoints, dafür mehr Wert und somit ROI von jedem Touchpoint.

Jeder Touchpoint hat eine spezifische Aufgabe im Zusammenspiel mit den anderen. Dabei wird er nicht isoliert betrachtet, sondern als Teil in der Gesamtarchitektur. Es gibt keine Touchpoints mit gleichen Aufgaben, Zielgruppen und Inhalten: nicht more of the same, sondern vielfältig, sich ergänzend, facettenreich.

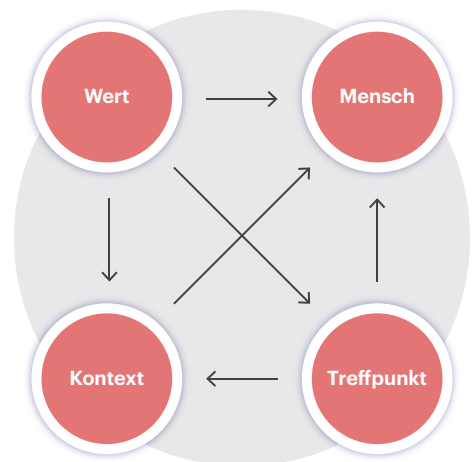
Intelligente Transitions generieren Leads für andere Touchpoints und optimieren den Traffic Flow zwischen den Touchpoints der Polymarketing-Architektur. Struktur und Zusammenspiel der Aktivitäten werden erkannt und laufend optimiert.

Polymarketing ist mehrdimensional, vielschichtig, mannigfaltig, vernetzt und ganzheitlich.

Schlüsselinhalte

- Consumer Insights/Dynamics
- Polymarketing
- Marketing Strategy
- Touchpoint Architecture
- Touchpoint Characteristics
- Transmedia Storytelling
- KPI Driven Channel Planning
- Multichannel Campaign Management
- Hybride Channel Management
- Toolbox & Framework
- Consumer Behaviour
- Multichannel Megatrends

(Unterlagen teilweise auf Englisch)



Ihre Experten

Sie und die Studiengruppe

Mit Ihren bisherigen Kompetenzen und Fähigkeiten aus Aus- und Weiterbildung sowie aus Ihrer beruflichen Tätigkeit sind auch Sie und alle anderen Studiengruppenmitglieder Expertinnen und Experten auf einem bestimmten Gebiet. In einer spannenden, heterogen zusammengesetzten Studiengruppe profitieren alle voneinander, indem alle ihr Wissen und ihre Erfahrung aktiv einbringen können.

Dozierende

Die Dozierenden sind namhafte Persönlichkeiten und Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Wissenschaft. Mit ihrer ausgewiesenen Praxis-Expertise stellen sie einen aktuellen, praxisnahen und anwendungsorientierten Unterricht sicher und tragen damit entscheidend zu einer hohen Qualität des Studiums bei.

Zu den Dozierenden gehören unter anderen:

Frank und Patrik Riklin

Inhaber, Atelier für Sonderaufgaben

Dr. Sarah Genner

Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Medienpsychologie, ZHAW,
Departement Angewandte Psychologie

Roger Staempfli

Creative Director und Partner, Aroma

Philipp Skrabal

Partner, Farner

Institute for Digital Business

Das Institut realisiert massgeschneiderte Kurse und Workshops mit Unternehmen, Verbänden und Verwaltungen. Es stellt kostenlos Wissen in Form von White Papers, Checklisten, Anleitungen usw. zur Verfügung. Im Bereich der angewandten Forschung arbeitet das Institut an Projekten für Auftraggeber aus der Wirtschaft, der öffentlichen Verwaltung oder für NGOs. Dabei kommt eine der grossen Stärken der HWZ zum Tragen: die lösungsorientierte Arbeitsweise, die auch im Unterricht hervorgehoben wird.

www.fh-hwz.ch/idb

Ihr Kontakt



Studiengangsleiterin

Marion Marxer

Inhaberin, marxerevolution GmbH

Marion Marxer hält einen MA in Marketing und Kommunikation und schloss ihren MBA mit einer Abschlussarbeit zum Thema «The Digital Impact on Society and Media – New Opportunities for Marketing and Communication» 2006 erfolgreich ab.

Marion Marxer studierte und arbeitete in Frankreich und den USA. Nachdem sie während über zehn Jahren in Managementpositionen in verschiedenen internationalen Kommunikationsagenturen gearbeitet hatte (seit 2006 mit Fokus auf Digital), wurde sie Head of Marketing Communication bei Swisscom. Anfang 2014 gründete sie marxerevolution GmbH und macht seither Unternehmen unter dem Motto «The New Art of Intelligent Marketing and Communication» im Bereich Polymarketing fit.

Seit 2015 leitet sie den CAS Multichannel Excellence an der HWZ.

Marion Marxer

marion.marxer@fh-hwz.ch



Auskunft/Beratung

Für allgemeine Informationen zur HWZ und zu diesem Studium wenden Sie sich bitte an das Master-Sekretariat:
043 322 26 88, master@fh-hwz.ch.

Vertiefende Fragen beantwortet Ihnen die Studiengangsleiterin gerne. Sie steht Ihnen auch für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung. Vereinbaren Sie online oder telefonisch einen Termin über das Master-Sekretariat.

Informationsveranstaltungen

Aktuelle Daten finden Sie auf www.fh-hwz.ch/infoabende.

Check-in

Für Ihre Anmeldung benutzen Sie bitte das entsprechende Formular auf unserer Website:

www.fh-hwz.ch/casmcm

«Der CAS Multichannel Excellence hat mir aufgezeigt, wie man die richtigen Trends eruiert sowie Zielgruppen und Touchpoints perfekt aufeinander abstimmt. Damit kann ich den Marketingmix laufend optimieren und erfolgreich kommunizieren. Die zur Verfügung gestellten Tools lassen sich im Berufsalltag optimal einsetzen.»

Alexandra Kellenberger
Client Service Director, Mitglied der
Geschäftsleitung, kreisvier communications AG