

MAS Customer Excellence HWZ

Der MAS Customer Excellence vermittelt Ihnen jene Kompetenzen, mit welchen Sie die richtigen (kundenorientierten) Angebote definieren können. Sie lernen auch, diese Angebote so zu erstellen, dass ein echter – erlebbarer – Mehrwert zu den Angeboten der Wettbewerber entsteht. Von diesem Mehrwert profitieren sowohl Ihre Kunden als auch das Unternehmen als Anbieter, das sich damit einen Wettbewerbsvorteil verschafft.

Kundenorientierte Angebote definieren und erlebbar machen

Exzellente Unternehmensleistung braucht ein besseres Verständnis vom menschlichen Verhalten allgemein und dem Kundenverhalten im Besonderen. Auf dieser Basis kann ein optimales Kundenerlebnis geschaffen werden.

Um hervorragende Leistungen zu erbringen, die sich von anderen Angeboten abheben, sind für ein Unternehmen und seine Mitarbeitenden drei Kompetenzfelder zentral:

- Das Unternehmen muss die (potenziellen) Kunden sowie ihre Bedürfnisse und Erwartungen besser kennen und verstehen.
- Das Unternehmen muss das Kundenverhalten analysieren und interpretieren können.
- Das Unternehmen muss die Leistungserstellung und das Kundenerlebnis so gestalten, dass es sich positiv vom Wettbewerbsumfeld abhebt.

Ihr Nutzen

- ✓ Anerkannter Masterabschluss mit Kundenfokus auf FH-Stufe
- ✓ Optimale Verbindung relevanter Themen aus Psychologie, Kundenverhalten, Customer Insights und Experience Management
- ✓ Umsetzungs- und anwendungsorientierte Lehr- und Lernmethoden mit Top-Dozierenden
- ✓ Individualisierbare Studienstruktur und -inhalte durch Modularisierung
- ✓ Zeitlich kompakt in eineinhalb bis zwei Jahren absolvierbar

Facts & Figures

Abschluss

«Master of Advanced Studies ZFH in Customer Excellence»

Anerkennung

60 ECTS-Kreditpunkte

Pensum

Berufsbegleitender Studiengang.
100-prozentiges Arbeitspensum möglich.

Beginn

Laufend mit einem der drei CAS

Dauer

4 Semester (3 CAS und 1 Semester für die Master Thesis)

Sprache

Die Unterrichtssprache ist Deutsch. Gute Englischkenntnisse sind von Vorteil.

Anzahl Teilnehmende

Die Studiengruppe umfasst maximal 25 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.

Website

www.fh-hwz.ch/mascx

Durch das «Wie» differenzieren

Ziele und Perspektiven

Eine Differenzierung zu den Wettbewerbern ist für die meisten Unternehmen heute kaum noch über die Kernleistung bzw. ein innovatives Produktangebot möglich. Scheinbar spezielle Leistungselemente können von konkurrierenden Anbietern mehr oder weniger schnell kopiert werden, sodass langfristige Wettbewerbsvorteile immer schwerer zu realisieren sind. Weniger schnell imitierbar ist aber die Art der Leistungserbringung bzw. der Service rund um ein bestehendes Leistungsangebot. Neben dem «Was» (Leistungsangebot) ist somit auch das «Wie» (Leistungserbringung) zentral für den Unternehmenserfolg.

Sowohl für die Definition des Leistungsangebots als auch für die Leistungserbringung ist es zwingend, den Markt und die Kunden – die Menschen – besser zu kennen und zu verstehen. Mit seinen drei Modulen (CAS) deckt dieser MAS die wichtigsten Kompetenzbereiche ab.

Teilnehmende

Angesprochen sind Studierende, die bereits in Funktionen mit Kundenfokus arbeiten (z. B. CRM, Customer Care, Customer Experience) bzw. Personen, die sich für einen geplanten Einstieg in diesen Themenbereich weiterbilden wollen.

Zulassung

Bachelor oder äquivalenter Abschluss (HWV, FH, Uni, ETH etc.) sowie mindestens zwei Jahre studienrelevante Berufserfahrung. Andere äquivalente Bildungsabschlüsse mit entsprechender Praxistätigkeit können «sur dossier» anerkannt werden.

CAS anderer Hochschulen können unter bestimmten Umständen angerechnet werden.

Aufbau und Inhalt des Studiengangs

Das Studium besteht aus drei Certificate of Advanced Studies (CAS) und einer Masterarbeit.

Ganzheitliches Kundenverständnis und Optimierung der Customer Experience

Idealtypisch beginnen die Studierenden mit dem CAS Customer Behavior, um zunächst das menschliche Verhalten besser zu verstehen – vor allem mit Blick auf Kauf- bzw. Wahlentscheidungen.

Der zweite CAS (Customer Intelligence) rückt insbesondere die bestehenden Kunden und die von ihnen verfügbaren Daten in den Vordergrund. Von Big Data zu Smart Data ist hier der Leitsatz.

Mit dem dritten CAS (Customer Experience Management) werden die Erkenntnisse der ersten beiden CAS zusammengeführt – mit dem Ziel, das Kundenerlebnis bzw. die Kundenerfahrung zu optimieren.

Aufgrund der modularen Struktur sind individuelle Studienmodelle möglich – inkl. Austausch eines CAS durch einen anderen aus verwandten Bereichen.

Praxisrelevante Inhalte

Die Inhalte der drei CAS sind darauf ausgerichtet, einen möglichst hohen Nutzen für die Studierenden im beruflichen Alltag zu generieren. Solide wissenschaftlich fundiert und mit top-aktuellen Inhalten, dabei aber anwendungs- und umsetzungsorientiert – dies ist das Credo aller drei CAS im MAS Customer Excellence.

In allen drei CAS erarbeiten die Studierenden als Leistungsnachweis eine praxisorientierte Zertifikatsarbeit, in der die Inhalte des Studiums auf eine aktuelle Fragestellung des eigenen (oder eines anderen) Unternehmens angewendet werden. Dieses Prinzip gilt auch für die Masterarbeit, bei der ein Praxisprojekt die Grundlage bildet.



Modulbeschriebe

CAS Customer Behavior HWZ

18 Tage Präsenz
15 ECTS

Im CAS Customer Behavior steht das Verständnis des Menschen, seiner Motivationen und seines Verhaltens im Mittelpunkt. Sie verstehen, was Menschen antreibt und warum sie so entscheiden, wie sie entscheiden. Hierbei geht es nicht nur um die aktuellen Kunden eines Unternehmens, sondern auch um die potenziellen Kunden, die erst noch gewonnen werden sollen.

- Psychologische Grundlagen
- Kundenverhalten & Behavioral Economics
- Neuro Marketing
- Verkaufspsychologie
- Körpersprache
- Gewinnung von Customer Insights
- Kundenverhalten in der digitalen Umwelt

www.fh-hwz.ch/cascb
S. auch Seite 26

CAS Customer Intelligence HWZ

18 Tage Präsenz
15 ECTS

Beim CAS Customer Intelligence stehen insbesondere die bestehenden Kunden im Vordergrund. Sie erkennen, mit welchen Methoden und Verfahren Kundendaten gewonnen und so analysiert werden können, dass aus puren Daten wertvolle Informationen für bessere Angebote des Unternehmens gewonnen werden können.

- Kundenbeziehung und Kundenlebenszyklus
- Kundenwert: Modellierung und Analyse
- Von Big Data zu Smart Data
- Kundendatenstrategien
- Datenmodellierung
- Data Warehousing & Data Mining
- Rechtliche Aspekte von Big Data

www.fh-hwz.ch/casci
S. auch Seite 32

CAS Customer Experience Management HWZ

18 Tage Präsenz
15 ECTS

Der CAS Customer Experience Management schafft als dritter CAS die Grundlagen für die Optimierung der Kundenerfahrung bzw. des Kundenerlebnisses. Um einen relevanten Mehrwert für die Kunden und auch das Unternehmen schaffen zu können, müssen die gewonnenen Erkenntnisse so umgesetzt und «gelebt» werden, dass die Kunden die Beziehung zum Unternehmen als aussergewöhnlich positiv und stimulierend wahrnehmen.

- Customer Journey
- Von der Customer Experience Vision zur Strategie
- Optimierung des Kundenerlebnisses an Customer Touchpoints
- Verknüpfung von Online- und Offline-Welten
- Multi-Channel- und Omni-Channel-Konzepte
- Implementierung von Customer-Experience-Projekten
- Change Management

www.fh-hwz.ch/cascex
S. auch Seite 38

Ihre Experten

Dozierende

Die Dozierenden sind namhafte Persönlichkeiten und Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Wissenschaft. Mit ihrer Dozentenerfahrung in Master-Studien stellen sie einen aktuellen, praxisnahen und anwendungsorientierten Unterricht sicher und tragen damit entscheidend zur hohen Qualität des Studiums bei.

Zu den Dozierenden gehören unter anderem:

Dr. Florian Bauer, Vorstand, Vocatus AG

Réka Farkas, Senior Projektleiterin, Intervista AG

Prof. Dr. Michael Grund, Leiter Department Marketing & Business Communications, HWZ

Prof. Ursula Guggenbühl, Rechtsanwältin

Prof. Dr. Nils Hafner, Speaker, Blogger, Professor für Kundenmanagement

Dr. Hans-Georg Häusel, Neuro-Marketing-Experte

Dr. Christian Huld, Inhaber, DataCrea AG

Prof. Dr. Evangelos Xevelonakis, Managing Director, Swiss Valuenet

Partner

Swiss Marketing

Swiss Marketing ist der Berufs- und Fachverband für Marketingfachleute. Hier bündelt sich das Fachwissen von fast 4000 Fach- und Führungskräften aus unterschiedlichen Branchen.



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 sie ihr Wissen und ihre Erfahrung aktiv einbringen können. Es eröffnet sich Ihnen somit ein Beziehungsnetz, das den Lehrgang selbst überdauert.

«Ich habe sehr von der ausgewogenen Mischung der Dozierenden aus Praxis und Lehre profitiert.»

Patricia Stone
Head Customer Experience & Analytics, Swiss Re

Ihr Kontakt



Studiengangsleiter

Prof. Dr. Michael Grund

Michael Grund leitet das Departement Marketing & Business Communications sowie das Center for Marketing & Sales der HWZ. Er ist Studiengangsleiter des Executive MBA – Marketing sowie des Double-Degree-Studiums MBA/EMBA International Business. Zudem verantwortet er den MAS Sales Excellence. Vor seiner Tätigkeit an der HWZ war er mehrere Jahre Head of Marketing Intelligence bei der Sunrise. Er ist Autor von Artikeln in Zeitschriften, Sammelbänden sowie Lexika und Dozent an Fachhochschulen und Universitäten. Darüber hinaus war er in den letzten 20 Jahren in zahlreichen Praxis- und Forschungsprojekten beratend für renommierte Unternehmen tätig.

Auskunft/Beratung

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

Vertiefende Fragen beantwortet Ihnen der Studiengangsleiter gerne. Er steht Ihnen auch für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung. Bitte vereinbaren Sie einen Termin online oder telefonisch mit dem 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/mascx

Prof. Dr. Michael Grund
michael.grund@fh-hwz.ch

