

CAS Marketing Automation Spezialist/-in

Zukunftsweisendes Marketing durch Automatisierung: Effizienzsteigerung, Personalisierung & Leadgenerierung

Content is King! Unternehmen müssen heute auf vielen Plattformen ihre Produkte und Brands präsentieren. Idealerweise verpacken sie dies in eine mitreissende Story, die mit passenden Bildern, Videos oder Grafiken im Gedächtnis bleibt. Dafür braucht es optimierte und auto-matisierte Publikationsverfahren und ein tiefes Verständnis von digitalen Produktionsprozessen und Content-Hubs. Eine neue Dimension stellen hierbei die Möglichkeiten der künstlichen Intelligenz dar. Diese wird zukünftig das Marketing unterstützen, sei es in der Kommunikation, der Online-Werbung und der Datenauswertung.

Basierend auf einem digitalen Mindset bauen Sie in diesem Lehrgang Ihre Methodenkompetenz aus und qualifizieren sich zum Digital Leader im Marketing.

Ziele

Die Absolventinnen und Absolventen:

- Können das Potential und den Einsatz von Marketing Automation auf Basis eines Business Case beurteilen.
- Können Workflows für automatisierte Marketingprozesse entlang einer Customer Experience Journey mit digitalen Touchpoints designen.
- Können eine Software für Marketing Automation evaluieren.
- Können die Einführung von Marketing Automation planen und umsetzen.
- Können ihr Marketing-Automation-Wissen mit anderen Marketing-Ansätzen (z.B. Content-Marketing und E-Commerce) verbinden.
- Haben ein Mindset entwickelt, bei dem kundenzentrierte Inhalte und Effizienzgedanken des Marketings im Mittelpunkt stehen.

Inhalte

- Marketing Automation Strategien: Solopreneure, KMU und Grossunternehmen
- Marketing Automation: Marktübersicht, Methoden, Kennzahlen, Stolperfallen
- Evaluationsprozess für Marketing Automation Lösungen (inkl. Kriterienkatalog)
- Marketing Automation: Einführung und Betrieb
- Customer Journey: Touchpoint-Analysen und deren Medienbesonderheiten
- Omnichannel Storytelling für Unternehmen: Entwicklung einer Kampagne im B2B und B2C
- Videoproduktion: Planung, Storyboard, Produktion, Publikation
- Inbound und Outbound Marketing-Instrumente beurteilen
- Crossmedia-Cycle: Content, Medien-Mix, Produktion, Publishing, Monitoring
- Projektarbeit: Konzeptpapier «Marketing Automation» für eine Unternehmung/Organisation

Aufbau

Sechsmonatiger, berufsbegleitender Intensiv-Studiengang mit 16 Tagen Präsenz-/Online-Unterricht, Konzept-, Individual- und Gruppenarbeiten, Selbststudium (Lektüre) und dem Leistungsnachweis. Das CAS besteht aus: dem Pflichtmodul Marketing Automation und dem empfohlenen Wahlmodul Digital Innovation im Marketing (das empfohlene Wahlmodul kann geändert werden).

Zielpublikum

- Marketingfachleute, Marketingplaner und -planerinnen, Marketingleiterinnen und -leiter
- Produktmanager und Category Manager
- Webdesigner, Webpublisher, Webmaster
- Mediaschaffende: Mediamatiker, Polygrafinnen, Druckvorstufe, Grafiker, Typografinnen

Voraussetzungen	Das Weiterbildungsprogramm richtet sich vornehmlich an Personen mit einem akademischen Abschluss einer anerkannten Hochschule und einschlägiger Berufspraxis nach Abschluss des Studiums. Personen mit äquivalenten Kompetenzen werden aufgenommen, wenn sich die Befähigung zur Teilnahme aus einem anderen Nachweis ergibt.
Abschluss	Certificate of Advanced Studies FHNW, 16 ECTS-Punkte
Dozierende	Hochschuldozierende und ausgewiesene Experten aus der Praxis
Daten	16 Tage Präsenz-/Online-Unterricht in acht zweitägigen Blockkursen (jeweils Fr/Sa 09.00 – 17.00 Uhr)
Ort	Online und Campus Olten Riggenbachstrasse 16
Kosten	CHF 7'500.- (inkl. digitaler Unterlagen)
Programmleitung	Cécile Zachlod T +41 62 957 21 96 cecile.zachlod@fhnw.ch
Koordination	Dagmar Witschi T +41 62 957 20 18 dagmar.witschi@fhnw.ch