HSLU Hochschule Luzern

Modularer CAS Content Strategy and Marketing

Institut für Kommunikation und Marketing IKM
Zentralstrasse 9, 6003 Luzern
T: 041 228 99 50
E: ikm@hslu.ch

AACSB ACCREDITED

Kommunikation im Multichannel-Kontext

Nichts ohne Analytics

Messbarkeit der Kommunikation wird entscheidend.

«Die» Zielgruppe gibt’s nicht mehr. Alle sind anders.

Wettbewerb um Aufmerksamkeit wird stärker.

Komplexität wächst in allen Bereichen.

- Datengetriebene Kommunikation
- Personalisierung
- Kreativität & Geschwindigkeit
- Kooperation mit anderen Disziplinen

Kommunikation im Multichannel-Kontext

Nur mit Human Skills

Entscheidungs-fähigkeit

«Handlungen alignieren»

«Handlungen ableiten»

«Bei Krisen intervenieren»

Sprachliche Ausdrucksfähigkeit

«Persönlichkeit vermitteln»

«Botschaften formulieren»

«auf die richtige Tonalität achten»

Situativer Einbezug von Wissen

«Wissen in Beratung einbeziehen»

«Hintergrundinformationen erarbeiten»

«Fakten aus unterschiedlichen Quellen abgleichen»

Einfühlungs-vermögen

«Gefühle vermitteln»

«Empathie ist zentral»

«Gespür haben in der Beratung»

Beurteilungs-fähigkeit

«Feedbacks konsolidieren»

«Taktieren»

«Gesamtkontext einer Situation verstehen»

Soziale Interaktionsfähigkeit

«auf individuelle Fragen eingehen»

«Rechtsdienst involvieren»

«Abstimmung mit internen und externen Stakeholdern»

Immer mehr, immer schneller, immer flexibler

Raus aus der operativen Hektik

Next Level Content Marketing

Die Content Experience professionalisieren

Next Level Content Marketing
Handlungsfelder

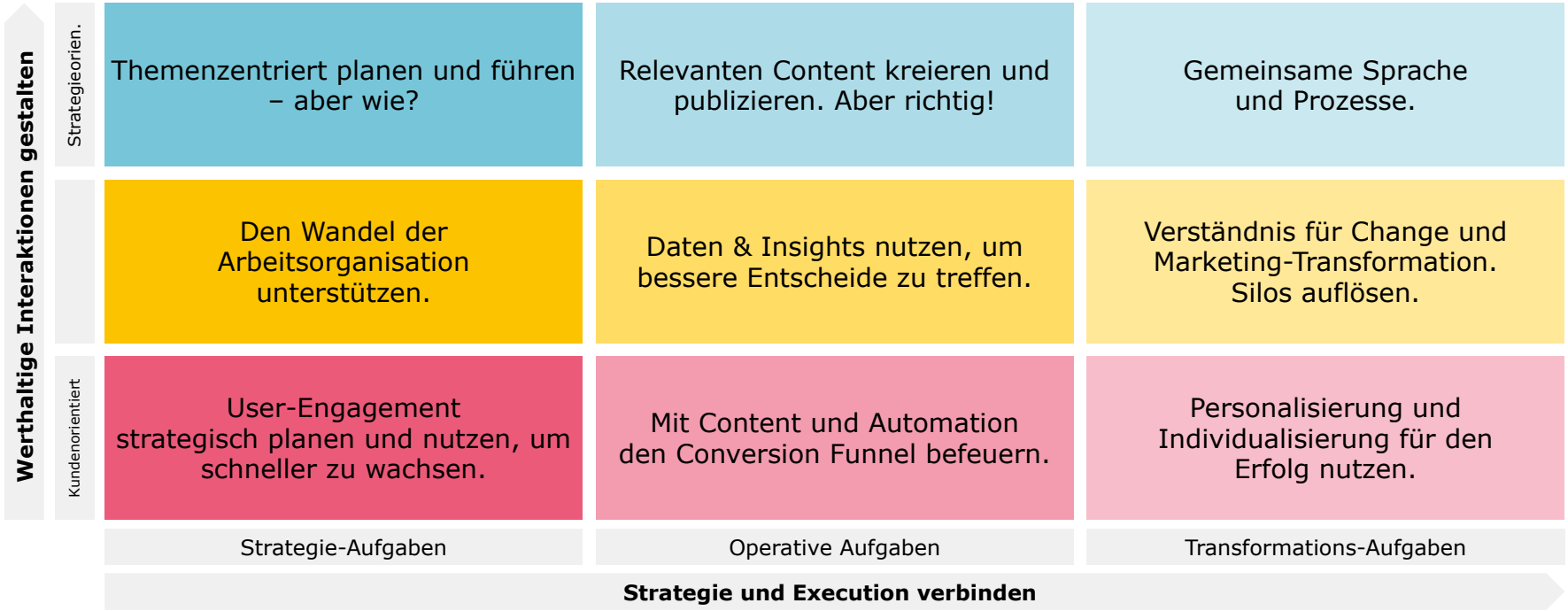
1. Führung mit (Content-)Strategie
2. Verständnis für User und Kund:innen
3. Personalisierte Experience
4. Engagement im Multichannel
5. Automatisierung der «Intelligence»
6. Optimierung der Performance

- Daten (+KPI-Frameworks)
- Gemeinsame Sprache, Prozesse
- Verständnis für Change, (neue) Ansätze, um die Transformation gestalten

Download (pdf): https://www.hslu.ch/de-ch/wirtschaft/institute/ikm/themenfelder/content-marketing/

Next Level Content Marketing

Herausforderungen



Next Level Content Marketing

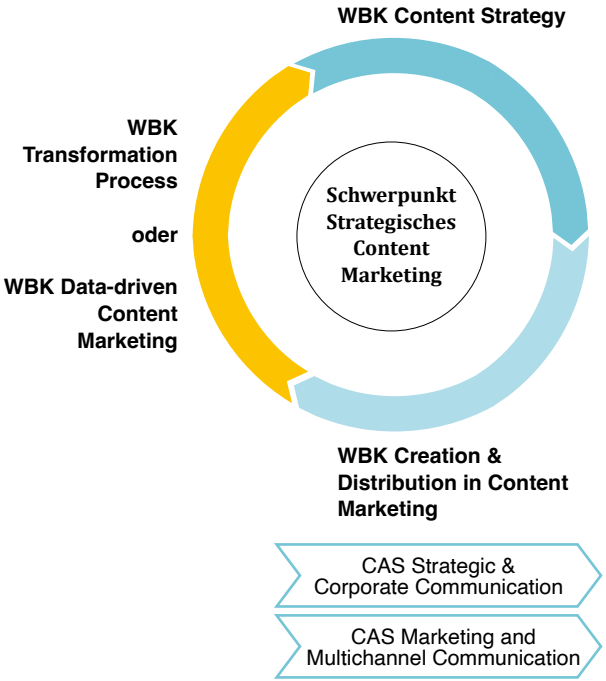
Den Gap zwischen Content-Strategie und -Execution (Operations) schliessen

Lernziele
«Strategisches Content Marketing»

- Methoden der themenzentrierten Planung und Organisation von Redaktion und/oder Content Marketing (in Newsrooms)
- Strategische Planung und Kreation von Content im Multichannel-Kontext
- Prozesse, Tools & Best practices, um die Content-Entwicklung effizient und wirkungsorientiert zu steuern
- Data-Skills, um KPI-Frameworks für mehr Transparenz aufzubauen
- Leadership-Skills, um Silos aufzulösen und Potenziale im Team zu nutzen

Ausgerichtet an Tätigkeitsfeldern/
Funktionen von:

- Mitarbeitende und Führungspersonen Strategische Kommunikation und Corporate Communication
- Content Creators
- Social Media Manager:innen
- Online Marketing Manager:innen
- Mitarbeitende, die selber Content produzieren oder solche, die Produzierende leiten



Next Level Content Marketing

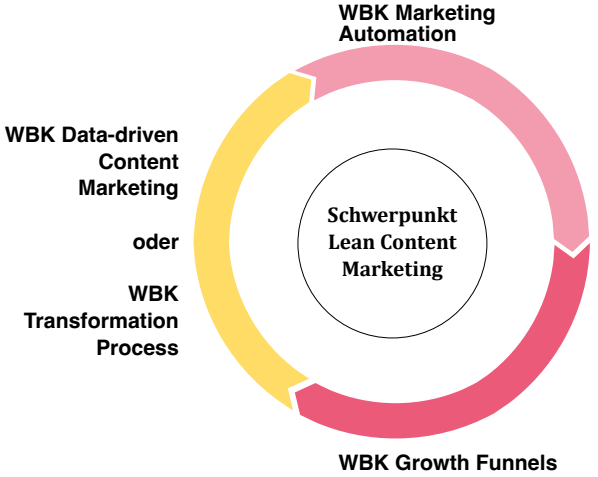
User Engagement im gesamten Marketing-Funnel nutzen und entwickeln

Lernziele «Lean Content Marketing»

- Customer Journey und Marketing-Funnels als Strategie- und Planungsgrundlage
- Personalisierte und automatisierte Interaktionen gestalten und optimieren
- Marketingmassnahmen mit Kreativität, Daten und Experimenten über den gesamten Funnel entwickeln und skalieren
- Data- und Leadership Skills zur Auflösung von Silos

Ausgerichtet an Tätigkeitsfeldern/ Funktionen von:

- Marketing- und Kommunikationsmanager:innen
- Sales-Manager:innen
- Campaign- und Customer-Experience-Manager:innen
- Fachpersonen aus Digital Marketing, Go to Market, Produktmarketing
- Mitarbeitende Customer Success Management, Customer Relationship Management oder Customer Intelligence
- Inhaber:innen von Startups und KMUs



CAS Digital Media and Campaign Management

CAS Digital Customer Experience

CAS Content Strategy and Marketing

Strategisches Content Marketing verstehen, weiterdenken und gestalten

CAS Aufbau und Struktur

Deep-Dives – ausgerichtet an zentralen Handlungsfeldern

Module einzeln buchen oder 3 (aus 6) individuell kombinieren

CAS Content Strategy and Marketing

hslu.ch/content

Schwerpunkt Strategisches Content Marketing

Schwerpunkt Agiles Content Marketing

Modul/WBK **Content Strategy**	Modul/WBK **Creation & Distribution in Content Marketing**	Modul/WBK **Transformation Process in Marketing**	Modul/WBK **Data-driven Content Marketing**	Modul/WBK **Growth Funnels**	Modul/WBK **Marketing Automation**
Strategische Basis der themenzentrierten Kommunikation Management von Themen und Channels im Corporate Newsroom	Storytelling als Methode der strategischen Kommunikation Gestaltung von Relevanz und Sichtbarkeit im Multichannel-Kontext	Führen von agilen Kommunikations- und Marketingteams Entwicklung von Transformation KPI	Datenbasis der content-zentrierten Kommunikation Aufbau von Content Marketing KPI	Wachstum als Mindset und Methode des Marketing Management Entwicklung von skalierbaren Funnels und Experimenten	Strategische Basis des Lead Management Aufbau von personalisierten Kampagnen-Flows
hslu.ch/cs	hslu.ch/cd	hslu.ch/tp	hslu.ch/dd	hslu.ch/gf	hslu.ch/ma

CAS Content Strategy and Marketing

Die Programminhalte im Einzelnen

Alle Kurse im Überblick

Sechs Kurse - einzeln buchbar oder individuell kombinierbar

WBK Content Strategy: Start 13.01.2023
Weg vom Kanal, hin zu Geschichten - Themen strategisch planen im Corporate Newsroom

Grundlagen

WBK Creation and Distribution in Content Marketing: Start 03.03.2023
Content Strategien erfolgreich operationalisieren

WBK Transformation Process in Marketing: Start 05.05.2023
Den digitalen Wandel in Marketingteams gestalten

WBK Data-driven Content Marketing: Start 28.04.2023
Bessere Entscheide treffen mit KPI-Frameworks, Daten und Insights

Grundlagen

WBK Marketing Automation: Start 03.03.2023
Personalisiert kommunizieren mit Marketing-Funnels, Automation und AI

WBK Growth Funnels: Start 09.06.2023
Direkte Wege finden: von der Strategie zur operativen, wertsteigernden Umsetzung

Ideal auch für StartUps & KMU

Unsere Dozierenden

Gleichgewicht zwischen Wissenschaft und Praxis

Dr. Nadine Stutz
Dozentin für Communication Management an der HSLU,
Inhaberin empower digital,
Dozentin im WBK Content Strategy

Pascal Zemp
Gründer der Cosifu Editorial GmbH, Journalist, redaktioneller Berater für Workflows und Organisation von Editorial und Corporate Newsroom,
Dozent im WBK Content Strategy

Dr. Esther Galliker
Promovierte Linguistin, Dozentin für Unternehmenskommunikation an der HSLU,
Dozentin im WBK Creation and Distribution in Content Marketing

Hansjörg Hinden
Head Content Marketing & Strategy bei Redact AG,
Dozent im WBK Creation & Distribution in Content Marketing

Unsere Dozierenden

Gleichgewicht zwischen Wissenschaft und Praxis

Yannick Waeny
Gründer, Growth Hacker und Conversion Rate Optimierer von Okitah,
Dozent im WBK Growth Funnels

Raphael Zeder
Dozent für Marketing Analytics an der HSLU, Senior Consultant und Leiter Bereich Daten & Technologien bei Oberholzer Digital GmbH,
Dozent im WBK Data-driven Marketing

Jenny Zehnder
Marketing Communications Lead bei Transa Backpacking AG,
Dozentin im WBK Transformation Process in Marketing

Dr. Anastasia Sapegina
Geschäftsführerin des Centers für Personalmanagement.
Oberassistentin an der Uni Luzern,
Dozentin im WBK Transformation Process in Marketing.

Modularer Aufbau

Schnell ins Handeln kommen

Master Class

Sich auf das Notwendige konzentrieren

Scharfer Fokus: Kuratierte Inputs mit theoretischen Hintergründen und Impulsreferaten für Best Practices

Maximaler Anwendungsbezug: Fallbeispiele aus verschiedenen Kontexten und praktische Übungen

Kompetenzaufbau: Anspruchsvolle Lernziele, ausgerichtet auf das Anforderungsniveau der Tätigkeit

Niveau-Ausgleich: Selbststudium durch Lernmaterialien

Teamorientiert: Coaching durch Expert:innen und Austausch in der Gruppe. Reality-Check, um Probleme zu konkretisieren und Lösungen zu verfeinern

Transferorientiert: Eine Lösung für den eigenen Arbeitskontext erarbeiten – von der Idee, über die Problemschärfung bis zur Planung der Umsetzung (Qualifikationsschritt)

Master Class

Theoretische und praktische Kompetenzen entwickeln

Unterrichtssession im Plenum Kuratierte Inputs im Plenum vermitteln anschaulich das notwendige Knowhow und die relevanten theoretischen Hintergründe.

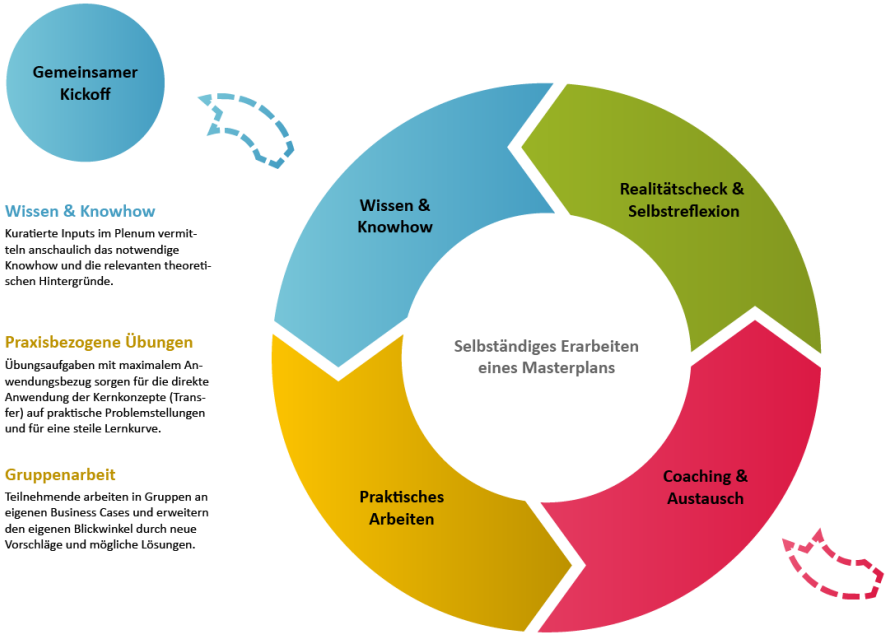
Praxisbezogene Übungen Übungsaufgaben mit maximalem Anwendungsbezug sorgen für die direkte Anwendung der Kernkonzepte (Transfer) auf praktische Problemstellungen und für eine steile Lernkurve.

Selbststudium durch Lernmaterialien Lernmaterialien zeigen dir Wege auf, um deinen Lernprozess individuell zu organisieren. Du lernst, wann und wie es dir gefällt und wo du dich fachlich vertiefen möchtest.

Coaching Experten unterstützen dich dabei, deinen persönlichen Masterplan zu erstellen und die Umsetzung in deiner Organisation vorzubereiten.

Workshops In Live-Sessions in kleinen Gruppen diskutierst du den Zwischenstand deiner Arbeit und bekommst Anregungen und Feedback von erfahrenen Fach-Coaches für mehr Sicherheit bei der Verfeinerung deines Plans.

Gruppenarbeit Du profitierst vom Austausch mit anderen Teilnehmern und erweiterst deinen Blickwinkel durch neue Vorschläge und Lösungen.



In Anlehnung an «Experimentation Masterclass».
Quelle: https://www.konversionskraft.de/experimentation-masterclass

CAS Wahlsystem

Schnell, individuell, skalierbar

Module einzeln buchen oder 3 (aus 6) individuell kombinieren

	MAS Communication Management	MAS Brand and Marketing Management	MAS Digital Marketing and Communication Management
CAS-Abschluss 15 ECTS 3 individuell kombinierbare WBK-Module (à je 5 ECTS)	CAS Content Strategy and Marketing		
	Schwerpunkt Strategisches Content Marketing		**Schwerpunkt Lean Content Marketing**
Grundlagenmodule à je 5 ECTS	WBK Content Strategy		WBK Data-driven Content Marketing
Vertiefungsmodule à je 5 ECTS	WBK Creation & Distribution in Content Marketing		WBK Growth Funnels
	WBK Transformation Process in Marketing		WBK Marketing Automation

Bei den Schwerpunkten handelt es sich um Beispiele wie der CAS inhaltlich-fachlich zusammengestellt werden kann. Zur Erlangung des CAS-Abschlusses können alle der sechs aufgeführten WBK-Module frei kombiniert werden.

Kombinationsmöglichkeiten

Anerkannt in allen 3 MAS

HSLU Hochschule Luzern

Wahlsystem

CAS individuell zum passenden MAS kombinieren.
Zur Erlangung eines MAS-Abschlusses sind jeweils drei CAS-Programme erfolgreich zu absolvieren, davon mindestens zwei aus dem jeweiligen MAS-Programm.

	MAS Communication Management	MAS Brand and Marketing Management	MAS Digital Marketing and Communication Management
Grundlagen			
CAS Brand Management			
CAS Strategic and Corporate Communication			
CAS Digital Communication and Marketing			
Vertiefung/Spezialisierung			
CAS Digital Customer Experience			
CAS Marketing and Multichannel Communication			
CAS Design Management			
CAS Content Strategy and Marketing			
CAS E-Commerce Management			
CAS Product Management and Marketing			
CAS Internal and Change Communication			
CAS Customer Psychology			
CAS Digital Analytics in Marketing			
CAS Digital Media and Campaign Management			
CAS Brand Journalism and Corporate Storytelling			

Zeit und Aufwand

Dauer des modularen Programms
- Modul/WBK: ca. 7 Tage, innerhalb von 6 - 8 Wochen
- CAS: 6 - 7 Monate, innerhalb von 2 Jahren

Unterrichtszeiten WBK-Programme
- Freitag: 13:15 – 17:45 Uhr
- Samstag: 08:30 – 13:15 Uhr
- Online-Sessions unter der Woche: ca. 16:00 – 20:00 Uhr

WBK-Abschluss

Ein Qualifikations-schritt
- Eine eigenen Masterplan erarbeiten

CAS-Abschluss

Drei frei wählbare Module
- Kombinierbare Qualifikations-schritte

Kosten des modularen Programms
- WBK: 3’200.- CHF
- CAS: 8’400.- CHF (3 Module, innerhalb 2 Jahre)

Unterricht
- Präsenz-Unterricht: Vor Ort, Online- oder Hybrid – 40 Lektionen
- Selbststudium: Vor- und Nachbereitung – ca. 2 Std/ Woche
- Qualifikationsschritte: Vorbereitung, Teamarbeit, Analyse, Aufbereitung – ca. 2 Std/ Woche

Fragen? Individuelle Beratung? Gern!
Kontaktpersonen

Kontaktpersonen

Bei Fragen zur WBK/CAS-Organisation und -Administration

Olivia Rutishauser
Programmorganisatorin
CAS Content

T: 041 228 41 37
E: olivia.rutishauser@hslu.ch

Prof. Ursula Stalder
Co-Leiterin MAS DMC
Co-Leiterin CAS Content

T: 041 228 99 49
E: ursula.stalder@hslu.ch

Dr. Sarah Seyr
Co-Leiterin CAS Content

T: 041 228 22 50
E: sarah.seyr@hslu.ch

Kontaktpersonen

Bei inhaltlichen Fragen zu den Modul/WBK-Programmen

Dr. Sarah Seyr
Leiterin WBK Transformation Leadership,
WBK Growth Funnels,
WBK Marketing Automation

T: 041 228 22 50
E: sarah.seyr@hslu.ch

Raphael Zeder
Leiter WBK Data-driven Content Marketing

T: 041 228 42 81
E: raphael.zeder@hslu.ch

Dr. Nadine Stutz
Leiterin WBK Content Strategy

T: 041 228 99 66
E: nadine.stutz@hslu.ch

Dr. Esther Galliker
Leiterin WBK Creation & Distribution in Content Marketing

T: 041 228 41 22
E: esther.galliker@hslu.ch

Viel Erfolg bei der Weiterbildung!

Institut für Kommunikation und Marketing IKM
Zentralstrasse 9, 6003 Luzern
T: 041 228 99 50
E: ikm@hslu.ch