

# CAS AI in Digital Sales

## Certificate of Advanced Studies (CAS)



**Building Competence. Crossing Borders.**

# Lehrgang

## Vertiefen Sie Ihre Vertriebs- und Marketingfähigkeiten mit AI

Die stetig wachsende Bedeutung von Artificial Intelligence (AI) im digitalen Vertrieb erfordert Fachpersonal mit spezifischen Kompetenzen. Der CAS-Lehrgang vermittelt praxisnah die Anwendung von AI für massgeschneiderte Vertriebsstrategien zur Erfüllung von Kundenbedürfnissen.

### AUSGANGSLAGE

AI gewinnt in der Schweiz zunehmend an Bedeutung, auch im digitalen Vertrieb. Ihr Einsatz zielt darauf ab, die Kundenbindung zu stärken und Einblicke in die Interaktion von Kund:innen mit dem Content zu liefern. AI-gestützte Werkzeuge wie Transkriptionen, Stimmungsanalysen und Gesprächsaufzeichnungen verbessern Kundenbeziehungen im Handel. Der Lehrgang CAS AI in Digital Sales bietet Vertriebs- und Marketingexpert:innen die Möglichkeit, ihre Fähigkeiten im Umgang mit AI zu vertiefen. Durch gezieltes Erarbeiten von AI-Techniken lernen sie, massgeschneiderte Strategien zu entwickeln, um Kundenbedürfnisse effizienter zu erfüllen. Der CAS AI in Digital Sales kombiniert Module aus zwei Lehrgängen, CAS Digital Commerce und CAS Digital Sales & Marketing im B2B, und eröffnet dadurch neue Möglichkeiten für die Gestaltung und Optimierung von Vertriebsstrategien mithilfe modernster Technologie.

### ZIELPUBLIKUM

Zu den potenziellen Zielgruppen gehören:

- Onlineshop-Betreibende
- Vertriebsmitarbeitende
- Vertriebsleitende und Führungskräfte
- Marketingfachleute
- Datenanalyst:innen
- Unternehmensberater:innen
- Start-up-Gründer:innen im Bereich E-Commerce
- Vertriebsingenieur:innen sowie Technologieexpert:innen
- Alle, die an der Schnittstelle von Technologie und Vertrieb arbeiten

### LERNZIELE UND NUTZEN

Dieser CAS richtet sich an eine breite Zielgruppe von Fachleuten, die im Vertrieb tätig sind, den Verkauf unterstützen oder eine Karriere in diesem Bereich anstreben und ihr Wissen und ihre Fähigkeiten im Umgang mit AI erweitern möchten.

#### Wissen und Verstehen:

- Verstehen der Konzepte von AI & innovative Sales sowie AI im Digital Commerce
- Kenntnis von Best-Practice-Beispielen internationaler und schweizerischer Anwendungen (Use Cases)

#### Anwenden von Wissen und Verstehen:

- Erfassen von Kundenbedürfnissen und Umsetzung in Anwendungsszenarien für AI & innovative Sales sowie AI im Digital Commerce
- Erstellung von Inhalten (z. B. Produktinformationen, Angebote, Übersetzungen) mittels generativer AI
- AI-basierte Kundenberatung und -Services wie z. B. Chatbots
- Prüfung von Sales- und E-Commerce-Prozessen auf Automatisierungspotenzial

#### Urteilen:

- Vergleich, Priorisierung und Früherkennung

#### Ausbau der Selbstlernfähigkeit:

- Fallstudien und Leistungsnachweisen

# Aufbau und Inhalt

## Werden Sie Spezialist:in für AI in Digital Sales

Nutzen Sie das grosse Potenzial von AI und die hohe Dynamik im Digital Sales, um Ihr Unternehmen an die Spitze des Marktes zu katapultieren!

### MODULÜBERSICHT

<b>MODUL 1</b> 6 ECTS-Credits	<b>MODUL 2</b> 6 ECTS-Credits
<b>AI &amp; innovative Sales</b>	<b>AI in Digital Commerce</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>– Einführung in AI im Vertrieb</li><li>– Automatisierung und Implementierung von AI im Vertriebsprozess</li><li>– Daten und Personalisierung im Vertrieb</li><li>– Verkaufsanalysen und Prognosen im Vertrieb</li><li>– Persönliche Effizienzsteigerung der Vertriebsmanager:innen</li><li>– Ethik und Datenschutz im Zusammenhang mit AI im Vertrieb</li><li>– AI-gesteuerte Kundenberatung und AI-gesteuerter Kundendienst im Vertrieb</li><li>– Fallstudien und Zukunftstrends im innovativen Vertrieb</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Einführung in die AI im Digital Commerce</li><li>– Verbesserung der Produktsuche und -auswahl</li><li>– Generative AI für die Content-Erstellung im Onlineshop</li><li>– (Hyper)personalisierung von Website-Inhalten und Angeboten</li><li>– Kundeninteraktion und Beratung</li><li>– Algorithmus-basierte Produktempfehlungen</li><li>– AI-Fallstudien im E-Commerce</li><li>– Social und Virtual Commerce</li></ul>

### METHODIK

Wichtige Bestandteile des Lehrgangs sind die unmittelbare Anwendung der theoretischen Grundlagen mithilfe von Fallstudien und Praxisbeispielen sowie die Reflexion und die Diskussion vor dem eigenen Erfahrungshintergrund. Gruppenarbeiten, Präsentationen, E-Teaching mit Microsoft Teams oder Zoom und E-Learning ergänzen die Vorlesungen.

### DOZIERENDE

- Dozierende der ZHAW School of Management and Law mit ausgewiesener Praxiserfahrung
- Erfahrene Praktiker:innen mit didaktischer Erfahrung
- Gastreferent:innen aus der Wirtschaft, die Einblick in ihre betriebliche Praxis geben

# Organisatorisches

## Die Voraussetzungen für Ihren Erfolg

Besuchen Sie uns online für weitere Informationen.

### AUFNAHMEBEDINGUNGEN

Zugelassen sind Absolvent:innen von Fachhochschulen oder Universitäten mit mindestens drei Jahren Berufserfahrung. Berufsleute ohne Hochschulabschluss können aufgenommen werden, sofern sie über mindestens sechs Jahre Berufserfahrung und entsprechende Weiterbildungsausweise (höhere Fachschule oder höhere Fachprüfung mit eidgenössischem Fachausweis/Diplom) verfügen. In Ausnahmefällen können weitere Personen zugelassen werden, wenn sich ihre Befähigung zur Teilnahme aus einem anderen Nachweis ergibt. Über die definitive Zulassung entscheidet die Studienleitung nach einem Zulassungsgespräch.

### ANMELDUNG

Die Anmeldung zu den einzelnen Kursen erfolgt online. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt: >>> [www.zhaw.ch/imm/casais](http://www.zhaw.ch/imm/casais)

### ZAHL DER TEILNEHMENDEN

Die Zahl der Teilnehmenden ist auf 24 Personen beschränkt.

### DATEN

Die Kursdaten sind jeweils online publiziert:  
>>> [www.zhaw.ch/imm/casais](http://www.zhaw.ch/imm/casais)

### DAUER

Der Lehrgang wird über einen Zeitraum von 6–8 Monaten (inklusive einer Sommerpause) berufsbegleitend absolviert.

### ARBEITSAUFWAND

Für den erfolgreichen Abschluss des CAS werden 12 ECTS-Credits (European Credit Transfer System) vergeben. Pro Credit ist mit einem Arbeitsaufwand von 25 bis 30 Stunden zu rechnen. Für den gesamten Lehrgang entspricht dies ca. 300 Stunden.

### LEISTUNGSNACHWEIS

Die Leistungsnachweise sind nach dem ersten sowie nach dem zweiten Modul jeweils als Poster-Präsentation (Einzelarbeit: 20 Minuten/Person) zu erbringen.

### UNTERRICHTSORT

Der Unterricht findet in den Räumlichkeiten der ZHAW School of Management and Law (SML) in Winterthur und/oder online statt. Details zum Unterrichtsformat und zum Campus finden Sie online.

>>> [www.zhaw.ch/imm/casais](http://www.zhaw.ch/imm/casais)

>>> [www.zhaw.ch/sml/campus](http://www.zhaw.ch/sml/campus)

### UNTERRICHTSZEITEN

Der Unterricht findet jeweils freitags und samstagsmorgens statt.

### UNTERRICHTSSPRACHE

Unterrichtssprache ist Deutsch.

### ABSCHLUSS

Bei erfolgreichem Erbringen der Leistungsnachweise sowie Erfüllen der Präsenzpflcht von mindestens 80 Prozent verleiht die SML den Titel «Certificate of Advanced Studies ZHAW in AI in Digital Sales».

### KOSTEN

Die Kurskosten betragen CHF 8200.– pro Person. Darin ist sämtliches Kursmaterial enthalten.

### TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Die allgemeinen Teilnahmebedingungen für Weiterbildungsveranstaltungen an der SML finden Sie unter:

>>> [www.zhaw.ch/sml/atb-wb](http://www.zhaw.ch/sml/atb-wb)

# Kontakt

Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch



**Prof. Dr. Frank Hannich**  
Studienleitung, Leitung  
Fachstelle für Customer  
Management & E-Commerce

## STUDIENLEITUNG

**Prof. Dr. Frank Hannich**  
Institut für Marketing Management  
Telefon +41 58 934 68 65  
[frank.hannich@zhaw.ch](mailto:frank.hannich@zhaw.ch)

## ADMINISTRATION UND ANMELDUNG

ZHAW School of Management and Law  
Customer Service Weiterbildung  
Theaterstrasse 15b  
Postfach  
8401 Winterthur  
Telefon +41 58 934 79 79  
[info-weiterbildung.sml@zhaw.ch](mailto:info-weiterbildung.sml@zhaw.ch)

## Institut für Marketing Management



Das Institut für Marketing Management (IMM) der ZHAW School of Management and Law ist darauf ausgerichtet, wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Erfahrungen rund um das Marketing miteinander zu verknüpfen. Die Aktivitäten des IMM decken das Spektrum des modernen Marketings in Forschung und Entwicklung, Dienstleistung, Weiterbildung und Lehre ab. Folgende Fachstellen sind Teil des IMM: Customer Management & E-Commerce, Product Management, Behavioral Insights & Pricing, Customer Experience & Service Design, Communication & Branding, Digital Marketing & Marketing Technology sowie Circular Economy Marketing. Das Institut arbeitet mit Grossunternehmen, KMU und weiteren Institutionen zusammen, aber auch mit Partnerhochschulen auf nationaler und internationaler Ebene. Das gut ausgebaute Expertennetzwerk bietet ein umfassendes Know-how, das kontinuierlich weiterentwickelt und in die Aktivitäten integriert wird. Neben diesem CAS bietet das IMM zahlreiche weitere Weiterbildungslehrgänge an.

>>> [www.zhaw.ch/imm](http://www.zhaw.ch/imm)

## MARKETING MANAGEMENT COMMUNITY

Mit dieser Weiterbildung erhalten Sie Zugang zur Marketing Management Community der ZHAW.

>>> [www.zhaw.ch/imm/community](http://www.zhaw.ch/imm/community)



Zürcher Hochschule  
für Angewandte Wissenschaften

## School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2  
Postfach  
8401 Winterthur  
Schweiz

[www.zhaw.ch/sml](http://www.zhaw.ch/sml)



swissuniversities