



## CAS E-Commerce Management



# Sie wissen, was einen guten Online-Shop ausmacht und beseitigen systematisch Schwachstellen

Sie erwerben fundiertes E-Commerce-Wissen zum Management von Online-Shops. Sie lernen kritische Erfolgsfaktoren von Online-Shops und geeignete Strategien, Konzepte, Tools und Massnahmen kennen, um deren Potenzial auszuschöpfen. Sie wissen, wie man den Traffic und die Conversions misst und erhöht.

## Zielpublikum

Das CAS E-Commerce Management richtet sich an Personen

- aus den Bereichen E-Commerce, E-Business, Online-Sales und Online-/ Mobile-Shops,
- mit Führungs-, Fach- und Koordinationsaufgaben in den Bereichen Online-Marketing, Produktmanagement, Kundenmanagement, Verkauf und IT,
- in Beratungsunternehmen sowie Agenturen mit Fokus auf Digital und E-Commerce.

## Voraussetzungen

- Mindestens vier Jahre Berufserfahrung in Marketing, Kommunikation, Vertrieb oder in einem angrenzenden Tätigkeitsbereich
- Hochschulabschluss (Universität oder Fachhochschule) oder höhere Berufsbildung (Höhere Fachschule HF, Eidg. Diplom, Eidg. Fachausweis)
- Mindestalter 26 Jahre
- «Sur dossier Aufnahme» im Ausnahmefall für Personen ohne Tertiärabschluss möglich.

## Lernziele

- Sie erkennen die neuesten Trends in der digitalen Wirtschaft und im Online-Handel.
- Sie kennen verschiedene digitale Geschäftsmodelle und können Shopstrategien sowie Konzepte entwickeln.
- Sie wissen, wie man (zusätzliche) Besucher/innen anspricht, begeistert und vom Online-Kauf überzeugt.
- Sie lernen, wie man den Bestellprozess und die Benutzerfreundlichkeit von Shops verbessert.
- Sie können die verschiedenen Kommunikations-, Verkaufs- und Logistikanäle orchestrieren.
- Sie können Daten und Kennzahlen erheben, zielführend analysieren und den Shop steuern.

## Facts

**Dauer:** 5 Monate

**Kosten:** CHF 8'400.–

Für das gesamte MAS-Programm  
(3 CAS-Programme plus Diplomsemester)  
CHF 29'700.–

**Teilnehmende:** max. 24 Personen

**Termine:** 24 Unterrichtstage plus

1 Qualifikationstermin (inkl. Abschlussveranstaltung)

**Unterrichtszeiten:** Freitagnachmittag und Samstag

**Ort:** Hochschule Luzern – Wirtschaft, Zentralstrasse 9 (beim Bahnhof)

**Abschluss:** Certificate of Advanced Studies Hochschule Luzern/FHZ in E-Commerce Management

**ECTS-Credits:** 15

**Anerkennung:** Das CAS E-Commerce Management ist ein mögliches Wahlmodul der drei folgenden MAS-Programme der Hochschule Luzern – Wirtschaft: MAS Brand and Marketing Management, MAS Communication Management, MAS Digital Marketing and Communication Management.

## Weitere Informationen:

Info-Veranstaltungen, Starttermine sowie Anmeldeformular unter [www.hslu.ch/ecm](http://www.hslu.ch/ecm)

## Qualifikationsschritte:

- Verfassen einer praxisbezogenen Seminararbeit zu einem Online-Shop oder E-Commerce-Thema (Einzelarbeit)
- Präsentation einer Online-Shop-Analyse (Gruppenarbeit)

«E-Commerce gehört die Zukunft und Know-how ist der Schlüssel zum Erfolg.»

Michael M. Nussbaumer  
Leiter CAS E-Commerce Management



## Digitale Trends erkennen – Kunden gewinnen – Shop weiterentwickeln

Das berufsbegleitende CAS-Programm behandelt die relevanten Themengebiete aus dem E-Commerce-Management: von der Ansprache des Kunden im Web über die Produktpräsentation, den Bestellprozess bis hin zur Logistik, zur Analyse und zum Kundenservice.

### Strategien und Geschäftsmodelle im E-Commerce

Das Modul vermittelt die Grundlagen, Methoden, Fallstudien und Analysen zur Erarbeitung und Anwendung von Strategien und Geschäftsmodellen im E-Commerce.

- Trends und Grundlagen im E-Commerce
- Digitale Geschäftsmodelle
- Methoden zur Strategieentwicklung
- 8C-Modell von Carpathia

### Shop und Conversion Optimization

Das Modul erläutert Praxis-Know-how, Instrumente, Modelle und Forschungserkenntnisse zur Erhöhung der Conversion Rate (Zielerreichung) von Online-Shops.

- Mobile-Shop-Design und Produktdarstellung
- Personalisierung und Empfehlungssysteme
- Soziale Validierung und Vertrauen

### Shop-Marketing und Suchmaschinenoptimierung

Das Modul vermittelt wichtige Online-Marketinginstrumente sowie die Möglichkeiten der Suchmaschinenoptimierung und der bezahlten Suchmaschinenwerbung.

- SEA und SEO: das A und O des Suchmaschinenmarketings
- Onpage- und Offpage-Optimierung
- Google Adwords, Trends, Keyword-Planer, Search Console und spezifische SEA-/SEO-Tools
- Content & Inbound Marketing

### Usability und User Experience bei Online-Shops

Das Modul vermittelt Grundlagen, Beispiele und Erkenntnisse aus der Praxis zur Web- und Mobile Usability und User Experience (UX) bei Online-Shops.

- Einführung in quantitative und qualitative Testing-Methoden für Shops
- Praxisnahe Übungen zu Themen wie «Erster Eindruck und Einstieg», «Check-out» und «Wiedereinkauf»

### Shop-Analysen und Digital Analytics

Das Modul vermittelt zentrale Methoden und Kennzahlen zur erfolgreichen Analyse und Steuerung von Online-Shops sowie wichtige Analytics-Grundlagen.

- Metriken des Web und App
- Einführung in Big Data und Analytics
- Omnichannel Analytics und Management

### Digitale Kundenservices und CRM bei Online-Shops

Das Modul vermittelt die Grundlagen des Kundenbeziehungsmanagements und wichtige Inhalte zu Kundenservices und zur Kundenentwicklung.

- Kundenmanagement als Ausdruck von Lernen und Umsetzen
- Geschlossene Prozesse zur Gestaltung der Kundenbindung
- Messung und Entwicklung von Kundenwert und Kundenpotenzial
- Trends und Erfolgsfaktoren im digitalen Kundenservice

**Hochschule Luzern**  
**Wirtschaft**  
Institut für Kommunikation  
und Marketing IKM  
Zentralstrasse 9  
Postfach  
6002 Luzern

T +41 41 228 99 50  
ikm@hslu.ch  
hslu.ch/ikm

