



HWZ

Hochschule für
Wirtschaft Zürich

“

Jeder Klick, jede Entscheidung hat eine psychologische Bedeutung. Im CAS Customer Behavior & Psychology HWZ erfährst du, wie du diese Muster erkennst und anwendest.

”

Philipp Zutt, Studiengangsleiter & Dozent
CAS Customer Behavior & Psychology HWZ
Fach Neuromarketing und Students in the streets



**“
Wer versteht, wie das Gehirn
Informationen verarbeitet –
also wie wir denken, fühlen
und entscheiden –, kann
menschliches Verhalten
gezielter beeinflussen.**

Sabrina Theresia Müller, Ph.D.
Brand Manager Neurology, AbbVie Switzerland
Dozentin, CAS Customer Behavior & Psychology HWZ
Fach Neurologie

”

HWZ

Hochschule für
Wirtschaft Zürich



HWZ

Hochschule für
Wirtschaft Zürich

“

Wer versteht, warum Kunden anders entscheiden, erkennt die Mechanismen hinter Kaufentscheidungen und kann Verhalten gezielt beeinflussen.

Tobias Heilmann

PhD, campaignfit GmbH

Dozent, CAS Customer Behavior & Psychology HWZ

Fach Psychologie Entscheidverhalten

”



HWZ

Hochschule für
Wirtschaft Zürich

“
Konsumenten verstehen
heisst erkennen, was sie
bewegt. Relevante Insights
entstehen nur ohne Biases
und Fehlinterpretationen.

”

Dr. Anja Reimer

Business Partner Strategic Analytics & Insights, NIQ
Dozentin, CAS Customer Behavior & Psychology HWZ,
Fach Consumer & Customer Insights



“
Produkte sollen nicht nur
funktionieren, sondern
berühren. Wirkung entsteht,
wenn Design, Psychologie und
Nutzen stimmig wirken.

”

Robert Fritze

Founder, Kreativfritze und Noah's Ocean

Dozent, CAS Customer Behavior & Psychology HWZ

Fach Multisensual and Psychological Product Design



HWZ

Hochschule für
Wirtschaft Zürich

“
Kreative Werbung wirkt,
wenn sie Verhalten versteht.
Zwischen Idee und Wirkung
liegt Psychologie. Genau dort
entsteht Relevanz.

”

Annette Felicitas Häcki

Co-Founder DAY Partners AG

Dozentin, CAS Customer Behavior & Psychology HWZ,
Fach Advertising Creativity vs. Behavior



“
Pricing ist emotional.
Preisentscheidungen folgen
psychologischen Mustern und
mentalenen Ankeren, nicht reiner
Logik.

”

Dr. Severin Bischof
Senior Project Manager, Roland Berger
Dozent, CAS Customer Behavior & Psychology HWZ
Fach Neuro-Pricing

HWZ

Hochschule für
Wirtschaft Zürich



HWZ

Hochschule für
Wirtschaft Zürich

“

**Wer überzeugen will, muss
Menschen verstehen.
Verkaufpsychologie macht
Wirkung sichtbar und
Kundenbindung nachhaltig.**

”

Kevin J. Asal

Generalagent (Mitglied des Kaders), CSS
Dozent, CAS Customer Behavior & Psychology HWZ
Fach Verkaufspsychologie



“
Je ähnlicher Angebote werden,
desto wichtiger wird
Beziehung. Entscheidend ist,
Touchpoints bewusst und
konsistent zu gestalten.

”

Dr. Patric Vifian

Leiter Marketingstrategie und Portfolio, Die Mobiliar
Dozent, CAS Customer Behavior & Psychology HWZ
Fach Client Experience & Customer Journeys

HWZ

Hochschule für
Wirtschaft Zürich



HWZ

Hochschule für
Wirtschaft Zürich

“
**Kundenbindung gelingt, wenn
Design und Psychologie
zusammenspielen.
Entscheidend ist, welche
Faktoren wirklich zählen.**

”

Michael Bietenhader

CCO nexum AG, Geschäftsführer MilesAhead AG,

Host Loyalty Talk Podcast

Dozent, CAS Customer Behavior & Psychology HWZ

Fach Customer Loyalty



HWZ

Hochschule für
Wirtschaft Zürich

“
Generations unterscheiden
sich nicht nur im Alter,
sondern in Werten,
Mediennutzung und
Selbstbild.

”

Stephanie Amstad

Global Senior Social Media Manager V-ZUG

Dozentin, CAS Customer Behavior & Psychology HWZ

Fach Generations Behavior: Boomer – Alpha



HWZ

Hochschule für
Wirtschaft Zürich

“

**Kann KI empathisch sein?
Entscheidend ist, wie sie
Emotionen versteht und
sinnvoll in Systeme integriert
wird.**

”

Dr. Alex Mari

Assistant Professor, American University of Bahrain
Lecturer, CAS Customer Behavior & Psychology HWZ,
Topic AI & Empathy