

# COPY STRATEGIE – DIE ESSENZ DEINER MARKETINGSTRATEGIE



*Veröffentlicht am 29. November 2018 von Karishma*

Copy Strategie – sie bildet die Basis für die zielgerichtete Gestaltung und Umsetzung von Deiner erfolgreichen Werbekampagne. Doch was genau ist eine Copy Strategie und was beinhaltet sie? - Wir erklären's Dir.



Copy Strategie - die Basis für Deine erfolgreiche Werbekampagne

**Copy Strategie** – Die Voraussetzung für Deine wirksame Werbekampagne. Sie bildet die **Basis** für die zielgerichtete Gestaltung und Umsetzung von Werbemaßnahmen. Doch was genau ist eine Copy Strategie und was beinhaltet sie? - Wir erklären's Dir.

## WAS IST EINE COPY STRATEGIE?

Die Copy Strategie dient im Marketing als Basis für die **strategische Planung einer Werbekampagne**. Sie wird schriftlich festgehalten und setzt sich mit den grundlegenden visuellen und verbalen Eigenschaften der Werbebotschaft auseinander. Die Copy Strategie ist ein wichtiger Bestandteil jedes **Marketing Konzeptes**. An ihr hangelt sich die Konzeption und Umsetzung der Werbemaßnahmen, wie an einem roten Faden. Die Copy Strategie umfasst die folgenden Aspekte für die Gestaltung der Werbekampagne:

## CONSUMER BENEFIT – WELCHEN NUTZEN BIETE ICH MEINEN KUNDEN?

Der **Consumer Benefit** ist der eigentliche Produktnutzen für den Kunden. Dieser wird in **Grundnutzen** und **Zusatznutzen** unterteilt. Der Grundnutzen – auch Kernnutzen genannt - bezeichnet die technische beziehungsweise **funktionale Gebrauchseigenschaft** des Produktes. Dieser ist bei allen Produkten dieser Art gleich und stellt somit kein Wettbewerbsvorteil dar. Der Grundnutzen stillt grundlegende Bedürfnisse wie Hunger, Hygiene, Mobilität, etc. Der Zusatznutzen ist - wie der Begriff schon sagt - ein **zusätzlicher Benefit**, den der Kunde neben dem Grundnutzen zu erwarten hat. Das kann ein nachweisbarer und objektiver Vorteil sein, wie niedriger Benzinverbrauch oder aber ein subjektiver und emotionaler Nutzen, wie Image beziehungsweise Prestige.

## USP– WAS MACHT MEIN PRODUKT SO EINZIGARTIG?

Ist der zusätzliche Consumer Benefit (Zusatznutzen) **einzigartig** und nicht ohne Mühen von der Konkurrenz zu übertreffen, wird hiervon der **Unique Selling Proposition** – kurz USP – gesprochen. Es handelt sich hierbei also um ein einmaliges und **unvergleichliches Verkaufsargument**. Das Alleinstellungsmerkmal ist auch im Werbebereich zu finden. In diesem Fall wird diese **Unique Advertising Proposition** (UAP) genannt und bezeichnet einzigartige Werbebotschaften, die nicht

leicht von der Konkurrenz zu toppen sind. Es geht also nicht um einen außergewöhnlichen Produkt-beziehungsweise Kundennutzen, sondern um die werbliche Begründung für den Kauf.

## DER REASON WHY – WARUM SOLLTE MAN MEIN PRODUKT KAUFEN?

Der **Reason Why** (Kaufgrund) ist die Begründung des Consumer Benefits und der USP. Dieser unterstützt und **belegt das versprochene Verkaufsargument**, zum Beispiel durch Statistiken, Härtetests oder Darstellung als bewährtes Traditionsprodukt. Allein durch den Kauf des Produktes erhält der Käufer so das Gefühl, er habe die richtige Entscheidung getroffen.

## ZIELGRUPPE – WEN MÖCHTE ICH ANSPRECHEN?

Die Definition und ausgiebige Analyse der **Zielgruppe** bildet die Basis für all Deine Marketing-Maßnahmen. Jegliche Werbebotschaften richtest Du an Deine bestehenden und potenziellen Kunden. Daher solltest Du Deine Zielgruppe mittels Marktsegmentierung nach soziodemographischen Merkmalen wie Alter, Geschlecht, Einkommen und Familienstand sowie psychografischen Merkmalen wie Einstellung, Meinung, etc. bestimmen. Um Deine Zielgruppe zu verfeinern und genauer zu studieren, hilft es, **Personas** zu erstellen. Dies sind spezifische Ebenbilder Deines idealen Kunden. Du gibst somit der Person, die Du mit Deiner Werbung erreichen möchtest, ein Gesicht. Dadurch gestaltest Du Deine Marketing-Maßnahmen zielgerichteter.

## TONALITY – WIE SPRECHE ICH MEINE ZIELGRUPPE AN?

Die **Tonality** (zu dt. Tonalität) bezeichnet die **sprachliche Gestaltung** Deiner Werbebotschaft. Basierend auf der Zielgruppenanalyse leitest Du die richtige Ansprache Deiner Werbekampagne ab. Handelt es sich um ein jüngeres Publikum, welches Du mit Deinem Produkt ansprechen möchtest, ist eine leicht umgangssprachliche Ausdrucksweise und Duzen geeignet. Bist Du in der B2B-Branche tätig, sollte die Werbebotschaft eher förmlich und in Sie-Form verfasst sein. Die Tonalität ist außerdem abhängig von der gewählten Werbeplattform: in sozialen Medien beispielsweise werden User meist direkt und per Du angesprochen. Die Tonality legt fest, wie Consumer Benefit, USP und der Reason Why transportiert werden und sichert eine **einheitliche Kommunikation**.

## KOMMUNIKATIONSZIEL – WAS MÖCHTE ICH BEZWECKEN?

Alle Handlungen richten sich immer auf ein bestimmtes Ziel – das ist auch im Marketing der Fall. Daher ist es besonders wichtig, ein **Kommunikationsziel** festzulegen. Frage Dich, was Du mit Deiner Werbung erreichen möchtest. Dabei werden drei Zielkategorien unterschieden: **Bekanntheit**, **Information** und **Beeinflussung**. Wählst Du das übergeordnete Ziel „Bekanntheit“, möchtest Du mit Deiner Werbekampagne auf Dich beziehungsweise Dein Produkt aufmerksam machen oder Dein Image steigern. Mit dem Ziel „Information“ möchtest Du Deine Zielgruppe beispielsweise über aktuelle Themen informieren. Beeinflussung bezeichnet das Auffordern zu einer bestimmten Handlung, wie dem Kauf eines Produktes. Mit Deinem definierten Ziel vor Augen gestaltest Du Deine wirksamen Werbemaßnahmen.

## COPY STRATEGIE – EIN MUSS FÜR DEINE WERBEKAMPAGNE

Die Copy Strategie ist das **Grundgerüst** für die Auslegung Deiner Werbekampagne. Sie ist Teil eines umfangreichen Marketing-Konzeptes und dient zur Orientierung bei der strategischen Planung Deiner Werbung. Die Copy Strategie wird auch als kurz gefasste Werbekonzeption bezeichnet und greift die wichtigen Punkte wie Consumer Benefit, USP, Reason Why, Tonality und Kommunikationsziel auf. Hinter dem Niederschreiben der Copy Strategie stecken ausgiebige Analysen: setze Dich kritisch mit diesen marketingrelevanten Faktoren auseinander und studiere sie genauestens, denn sie sind **entscheidend für den Erfolg Deiner Werbekampagne**.

Du hast noch Fragen zu dem Thema oder benötigst Hilfe bei der Gestaltung Deiner Copy Strategie für Dein Marketing-Konzept? Dann sprich uns an! Als Online Marketing Experten helfen wir Dir gerne weiter.

[Kontakt aufnehmen](#)