

Universitätsexperte

Copywriting für Anzeigen  
und Markteinführungen



## Universitätsexperte

### Copywriting für Anzeigen und Markteinführungen

- » Modalität: **online**
- » Dauer: **6 Monate**
- » Qualifizierung: **TECH Technische Universität**
- » Aufwand: **16 Std./Woche**
- » Zeitplan: **in Ihrem eigenen Tempo**
- » Prüfungen: **online**
- » Gerichtet an: **Hochschulabsolventen, die zuvor einen der Studiengänge in den Bereichen Sozial-, Kommunikations-, Verwaltungs- oder Wirtschaftswissenschaften abgeschlossen haben**

Internetzugang: [www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-copywriting-anzeigen-markteinfuehrungen](http://www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-copywriting-anzeigen-markteinfuehrungen)

# Index

01

Willkommen

---

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

---

Seite 6

03

Warum unser Programm?

---

Seite 10

04

Ziele

---

Seite 14

05

Struktur und Inhalt

---

Seite 20

06

Methodik

---

Seite 28

07

Profil unserer Studenten

---

Seite 36

08

Auswirkung auf Ihre Karriere

---

Seite 40

09

Vorteile für Ihr Unternehmen

---

Seite 44

11

Qualifizierung

---

Seite 48

# 01

# Willkommen

Das Streben nach Differenzierung im digitalen Umfeld ist von grundlegender Bedeutung für Unternehmen, die mit ihren Produkten, Informationen oder Dienstleistungen hohe Verkaufszahlen erzielen wollen. In diesem Szenario ist das *Copywriting* zum entscheidenden Faktor geworden, um den Markenwert zu kommunizieren, wirksame Markteinführungsstrategien zu entwickeln und eine positive wirtschaftliche Rendite zu erzielen. Aus diesem Grund hat TECH dieses Programm entwickelt, das Fachleuten die wichtigsten Informationen über die Erstellung von Verkaufsunterlagen, die Vorbereitung von Anzeigen in den wichtigsten sozialen Netzwerken und die Verwaltung des Kundendienstes bietet. Und das alles in einem 100%igen Online-Format, das 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche über jedes elektronische Gerät mit Internetanschluss zugänglich ist.



Universitätsexperte in Copywriting für Anzeigen und Markteinführungen.  
TECH Technologische Universität



“

*Mit den verschiedenen Strategien, die Ihnen dieser Universitätsexperte zur Verfügung stellt, können Sie wirklich gewinnbringende Produkteinfuhungen durchführen"*

02

# Warum an der TECH studieren?

TECH ist die weltweit größte 100%ige Online Business School. Es handelt sich um eine Elite-Business School mit einem Modell, das höchsten akademischen Ansprüchen genügt. Ein leistungsstarkes internationales Zentrum für die intensive Fortbildung von Führungskräften.



“

*TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die dem Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihm zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein"*

## Bei TECH Technologische Universität



### Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Genauigkeit verbindet. Eine einzigartige Methode mit höchster internationaler Anerkennung, die dem Studenten die Schlüssel für seine Entwicklung in einer Welt des ständigen Wandels liefert, in der Innovation der wesentliche Einsatz eines jeden Unternehmers sein muss.

*"Die Erfolgsgeschichte von Microsoft Europa"* für die Einbeziehung des neuen interaktiven Multivideosystems in unsere Programme.



### Maximalforderung

Das Zulassungskriterium von TECH ist nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei TECH zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Studenten getestet. Die akademischen Standards von TECH sind sehr hoch...

**95%** | der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab



### Networking

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass der Student ein großes Netzwerk von Kontakten knüpfen kann, die für seine Zukunft nützlich sein werden.

**+100.000** jährlich spezialisierte Manager  
**+200** verschiedene Nationalitäten



### Empowerment

Der Student wird Hand in Hand mit den besten Unternehmen und Fachleuten von großem Prestige und Einfluss wachsen. TECH hat strategische Allianzen und ein wertvolles Netz von Kontakten zu den wichtigsten Wirtschaftsakteuren auf den 7 Kontinenten aufgebaut.

**+500** | Partnerschaften mit den besten Unternehmen



### Talent

Dieses Programm ist ein einzigartiger Vorschlag, um die Talente des Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für ihn, seine Anliegen und seine Geschäftsvision vorzutragen.

TECH hilft dem Studenten, sein Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



### Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet dem Studenten eine einzigartige Erfahrung. Er wird in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer er die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln kann, die am besten zu seiner Geschäftsidee passen.

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.

TECH strebt nach Exzellenz und hat zu diesem Zweck eine Reihe von Merkmalen, die sie zu einer einzigartigen Universität machen:



### Analyse

---

TECH erforscht die kritische Seite des Studenten, seine Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, seine Problemlösungsfähigkeiten und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten.



### Akademische Spitzenleistung

---

TECH bietet dem Studenten die beste Online-Lernmethodik. Die Universität kombiniert die *Relearning*-Methode (die international am besten bewertete Lernmethode für Aufbaustudien) mit der Fallstudie. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht und im Rahmen einer anspruchsvollen akademischen Laufbahn.



### Skaleneffekt

---

TECH ist die größte Online-Universität der Welt. Sie verfügt über ein Portfolio von mehr als 10.000 Hochschulabschlüssen. Und in der neuen Wirtschaft gilt: **Volumen + Technologie = disruptiver Preis**. Damit stellt TECH sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an anderen Universitäten.



### Mit den Besten lernen

---

Das Lehrteam von TECH erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und zwar in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es dem Studenten ermöglicht, in seiner Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



*Bei TECH werden Sie Zugang zu den präzisesten und aktuellsten Fallstudien im akademischen Bereich haben"*

03

# Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung der Chancen auf beruflichen Erfolg im Bereich der höheren Unternehmensführung.

Es ist eine Herausforderung, die Anstrengung und Hingabe erfordert, aber die Tür zu einer vielversprechenden Zukunft öffnet. Der Student wird von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

*Wir verfügen über das renommierteste Dozententeam und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Fortbildung auf höchstem akademischen Niveau bieten können"*

Dieses Programm bietet eine Vielzahl von beruflichen und persönlichen Vorteilen, darunter die Folgenden:

01

### Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

Mit einem Studium bei TECH wird der Student seine Zukunft selbst in die Hand nehmen und sein volles Potenzial entfalten können. Durch die Teilnahme an diesem Programm wird er die notwendigen Kompetenzen erwerben, um in kurzer Zeit eine positive Veränderung in seiner Karriere zu erreichen.

*70% der Teilnehmer dieser Spezialisierung erreichen in weniger als 2 Jahren eine positive Veränderung in ihrer Karriere.*

02

### Entwicklung einer strategischen und globalen Vision des Unternehmens

TECH bietet einen detaillierten Überblick über das allgemeine Management, um zu verstehen, wie sich jede Entscheidung auf die verschiedenen Funktionsbereiche des Unternehmens auswirkt.

*Die globale Vision des Unternehmens von TECH wird Ihre strategische Vision verbessern.*

03

### Konsolidierung des Studenten in der Unternehmensführung

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass der Student sich als hochrangiger Manager mit einer umfassenden Vision des internationalen Umfelds positionieren kann.

*Sie werden mehr als 100 reale Fälle aus dem Bereich der Unternehmensführung bearbeiten.*

04

### Übernahme neuer Verantwortung

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit der Student seine berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben kann.

*45% der Studenten werden intern befördert.*

05

### Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

TECH vernetzt seine Studenten, um ihre Chancen zu maximieren. Studenten mit den gleichen Sorgen und dem Wunsch zu wachsen. So wird es möglich sein, Partner, Kunden oder Lieferanten zu teilen.

*Sie werden ein Netz von Kontakten finden, das für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich ist.*

06

### Rigoreuse Entwicklung von Unternehmensprojekten

Der Student wird eine tiefgreifende strategische Vision erlangen, die ihm helfen wird, sein eigenes Projekt unter Berücksichtigung der verschiedenen Bereiche des Unternehmens zu entwickeln.

*20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.*

07

### Verbesserung von *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft dem Studenten, sein erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, um eine Führungspersönlichkeit zu werden, die etwas bewirkt.

*Verbessern Sie Ihre Kommunikations- und Führungsfähigkeiten und geben Sie Ihrer Karriere einen neuen Impuls.*

08

### Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Der Student wird Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt sein: die Gemeinschaft der TECH Technologischen Universität.

*Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich mit einem Team von international anerkannten Dozenten zu spezialisieren.*

# 04 Ziele

Das Ziel dieses Universitätsexperten ist es, Fachleuten die aktuellsten und relevantesten Informationen zur Verfügung zu stellen, damit sie effektive Verkaufsstrategien im digitalen Umfeld umsetzen können. Um dieses Ziel zu erreichen, bietet TECH ein exzellentes Team von Fachleuten mit umfassender Erfahrung in der Umsetzung und Erstellung von Werbung auf verschiedenen Kanälen sowie erstklassige Lehrmaterialien.



“

*Sie werden in der Lage sein, emotionale Sprache richtig einzusetzen, um zu überzeugen und den Umsatz Ihres Unternehmens zu steigern”*

TECH macht sich die Ziele ihrer Studenten zu eigen.  
Gemeinsam arbeiten sie daran, diese zu erreichen.

Der **Universitätsexperte in Copywriting für Anzeigen und Markteinführungen** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Erfahren, warum Überzeugungstechniken beim *Copywriting* wichtig sind

04

Erlernen realer Beispiele für die Sprache der Überzeugung

02

Wissen, was die Sprache der Emotionen ist und wie sie verwendet wird

03

Erfahren, auf welche Weise die Sprache des Profits verwendet wird



05

Entdecken, wie *Copywriting* im Kundenservice eingesetzt werden kann

06

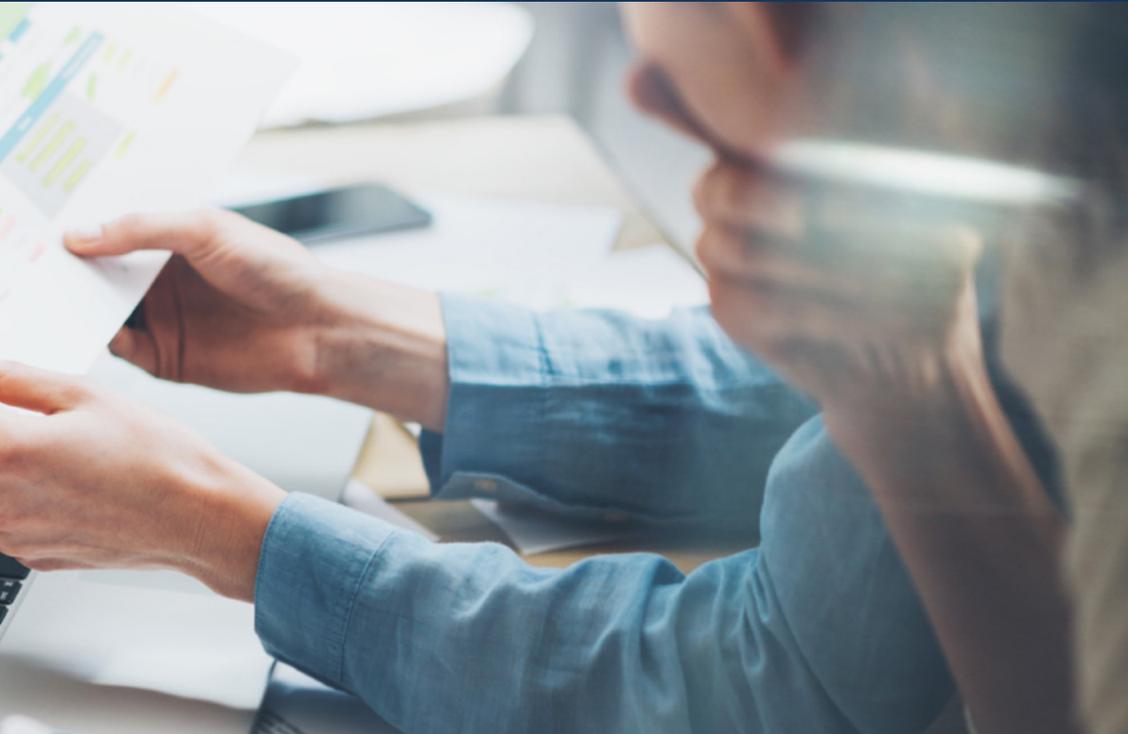
Wissen, wie man Kommunikation in komplizierten Situationen handhabt

07

Erkennen der Bedeutung der internen Kommunikation

08

Lernen, wie man eine B2B-Präsentation angeht



09

Wissen, was ein CRM ist und wie man *Copywriting* in diesem Bereich anwendet

12

Verstehen, wie man *Copywriting* in jeder Phase einer Markteinführung anwendet

10

Verstehen, was eine Markteinführung ist und wofür sie gedacht ist

13

Kennen aller Bestandteile des *Copywritings* bei einer Markteinführung

11

Kennen aller Phasen einer Markteinführung

14

Verwalten der Echtzeit-Ergebnisse der verschiedenen Phasen der Markteinführung und entsprechendes Handeln

15

Kennen der Tools, die Ihnen helfen, eine Markteinführung erfolgreich zu managen

18

Wissen, was der *Copywriter* mit Werbung zu tun hat

16

Wissen, was in der Phase nach der Markteinführung zu tun ist

19

Lernen, Schritt für Schritt, wie man Anzeigentexte schreibt

17

Nachdenken über die Unterschiede zwischen klassischer und neuer Werbung

20

Erfahren, wie man Anzeigentexte für Youtube Ads, Facebook Ads, TikTok Ads, Twitter Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads, Amazon Ads, Google Ads und Werbung in *Stories* erstellt

05

# Struktur und Inhalt

Dieser Universitätsexperte besteht aus einem fortgeschrittenen und aktuellen Lehrplan zum Thema *Copywriting* für Anzeigen und Markteinführungen. So erhalten die Studenten in nur 6 Monaten die notwendigen Informationen, um wirklich effektive Verkaufsstrategien in digitalen Umgebungen anwenden zu können. Eine akademische Option, die ihnen auch Erfolgsgeschichten liefert, die es ihnen ermöglichen, sie in ihren Unternehmen direkt in die Praxis umzusetzen.



“

*Sie werden in der Lage sein, den Kundenservice auch in den schwierigsten Situationen richtig zu managen. Verbessern Sie Ihre Fähigkeiten mit TECH”*

## Lehrplan

Studenten dieses Abschlusses erhalten Zugang zu einem Intensivprogramm, das den fortschrittlichsten Lehrplan für *Copywriting*-Techniken in den Bereichen Markteinführung, Werbung und Kundenservice umfasst.

Drei Bereiche, die in 450 Unterrichtsstunden behandelt werden, in denen die Studenten wichtige Kenntnisse über die Formeln erwerben, die von allen *Copywritern* verwendet werden, wie man ein gutes *Storytelling* macht oder welche Techniken am effektivsten sind, um Kunden zu überzeugen.

In der Welt des Online-Handels sind die Einführungsstrategien und die Erstellung von Anzeigen von besonderem Interesse. Aus diesem Grund widmet das Programm zwei seiner Module den verschiedenen Phasen, die es zu durchlaufen gilt, um einen guten *Return on Investment* zu erzielen, oder wie man einen guten *Social-Media*-Plan erstellt. All dies wird durch zahlreiche didaktische Ressourcen ergänzt, darunter Erfolgsgeschichten und Beispiele, die den Studenten eine viel realistischere Vision vermitteln.

TECH bietet also eine hervorragende Möglichkeit, sich durch eine flexible und bequeme akademische Weiterbildung in der Geschäftswelt weiterzuentwickeln. Alles, was man braucht, ist ein elektronisches Gerät mit Internetanschluss, um zu jeder Tageszeit auf die Inhalte der virtuellen Plattform zugreifen zu können. Eine ideale akademische Option, um die täglichen Verpflichtungen mit einer qualitativ hochwertigen Fortbildung zu verbinden.

Dieser Universitätsexperte erstreckt sich über 6 Monate und ist in 3 Module unterteilt:

### Modul 1

Verkauf, Kundenservice und *Copywriting*

### Modul 2

*Copywriting* für Markteinführungen

### Modul 3

*Copywriting* für Anzeigen



### Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Universitätsexperten in Copywriting für Anzeigen und Markteinführungen vollständig online zu absolvieren.

Während der 6-monatigen Spezialisierung wird der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen können, was ihm die Möglichkeit gibt, seine Studienzzeit selbst zu verwalten.

*Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Bildungserfahrung, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen.*

Modul 1. Verkauf, Kundenservice und Copywriting

**1.1. Überzeugungsarbeit beim Copywriting zur Umsatzsteigerung**

- 1.1.1. Warum es wichtig ist, beim Copywriting Überzeugungsarbeit zu leisten
- 1.1.2. Grundlegende Prinzipien der Überzeugungsarbeit und wie sie im Copywriting angewendet wird
- 1.1.3. Unterschied zwischen Überzeugen, Beeinflussen und Manipulieren
- 1.1.4. Analyse eines Referenzautors

**1.2. Die Bedürfnisse und Wünsche des Kunden in der Überzeugungsarbeit**

- 1.2.1. Überzeugungstechniken, emotionale Sprache und die Sprache des Nutzens
- 1.2.2. Ihre Anwendungen
- 1.2.3. Warum es wichtig ist, Kundenbedürfnisse und -wünsche beim Copywriting zu berücksichtigen
- 1.2.4. Kundenwünsche identifizieren

**1.3. Die Rolle der Gewinnersprache im Copywriting bei der Überzeugungsarbeit**

- 1.3.1. Warum es wichtig ist, beim Copywriting die Gewinnersprache zu verwenden
- 1.3.2. Identifizierung der Vorteile des Produkts oder der Dienstleistung
- 1.3.3. Die Gewinnersprache im Copywriting verwenden und den Umsatz steigern
- 1.3.4. Wie man Kundenstimmen nutzt, um das Vertrauen zu erhöhen

**1.4. Die Rolle der emotionalen Sprache beim Copywriting**

- 1.4.1. Warum ist emotionale Sprache beim Copywriting wichtig?
- 1.4.2. Emotionen der Kunden erkennen
- 1.4.3. Wie man emotionale Sprache einsetzt, um zu überzeugen und den Umsatz zu steigern
- 1.4.4. Die am häufigsten verwendeten Emotionen beim Copywriting für den Verkauf

**1.5. Werbetexten zur Verkaufssteigerung: Autorität und Vertrauen**

- 1.5.1. Wie man mit Copywriting Autorität für den Verkauf aufbaut
- 1.5.2. Aufbau von Autorität im Copywriting, mit Demonstration und Erfahrung
- 1.5.3. Aufbau von Vertrauen im Copywriting, durch Transparenz und Ehrlichkeit
- 1.5.4. Gründe, warum Vertrauen beim Copywriting wichtig ist

**1.6. Wie man mit Copywriting seinen Kundenservice verbessern kann**

- 1.6.1. Wie und warum man den Kunden mit Copywriting begrüßen sollte
- 1.6.2. Kommunikation von Vorfällen, die den Kunden betreffen
- 1.6.3. Umgang mit Zahlungsansprüchen und anderen administrativen Fragen
- 1.6.4. Struktur der Kommunikation mit dem Kunden durch Copywriting

**1.7. Grundlegende Strukturen, um schnell auf komplizierte Situationen reagieren zu können**

- 1.7.1. Wenn wir zu einem Kunden NEIN sagen müssen
- 1.7.2. Wenn wir uns entschuldigen müssen
- 1.7.3. Wenn wir schlechte Nachrichten überbringen müssen
- 1.7.4. Ein echter Fall

**1.8. Copy in der internen Kommunikation**

- 1.8.1. Die Bedeutung der internen Kommunikation: Aufmerksamkeit für interne Zielgruppen
- 1.8.2. E-Mail-Kommunikation
- 1.8.3. Kommunikation auf einer visuellen Tafel
- 1.8.4. Formelle Kommunikation: Unterzeichnung des Vertrags oder Vertragsende

**1.9. B2B- oder Investoren-Präsentationen**

- 1.9.1. Was ist der Elevator Pitch?
- 1.9.2. Wie man ihn vorbereitet
- 1.9.3. Eine Unternehmenspräsentation vorbereiten
- 1.9.4. Ein Video für eine Unternehmens- oder Firmenpräsentation erstellen

**1.10. CRM und gut umgesetzte Erfolgsgeschichten**

- 1.10.1. Was ist CRM?
- 1.10.2. Der Fall Apple
- 1.10.3. Der Fall Amazon
- 1.10.4. Der Fall Zara
- 1.10.5. Der Fall British Airways

**Modul 2. Copywriting für Markteinführungen**

**2.1. Verstehen, was eine Markteinführung ist und wofür sie gebraucht wird**

- 2.1.1. Was ist eine Markteinführung?
- 2.1.2. Die Elemente einer Markteinführung
- 2.1.3. Differenzierung
- 2.1.4. Angebot
- 2.1.5. Bekanntheitsgrad
- 2.1.6. Eine Beziehung der Begeisterung

**2.2. Arten von Markteinführungen**

- 2.2.1. Welche wählen und warum
- 2.2.2. Pionier-Markteinführung
- 2.2.3. R2X Markteinführung
- 2.2.4. Meteorische Markteinführung
- 2.2.5. *Product Launch Formula* (PLF)
- 2.2.6. *Webinars*, Workshops oder Meisterklassen
- 2.2.7. Herausforderungen
- 2.2.8. Thematische Einführungen
- 2.2.9. *High Ticket*

**2.3. Die Phasen einer Markteinführung**

- 2.3.1. Die Vorbereitung der Markteinführung
- 2.3.2. Der Vorverkauf
- 2.3.3. Die Anwerbung
- 2.3.4. Die Verführung oder Indoktrination
- 2.3.5. Der Verkauf
- 2.3.6. Der Abschluss
- 2.3.7. Nach der Markteinführung

**2.4. Wie man Copywriting in jeder Phase der Markteinführung anwendet**

- 2.4.1. Wie man Copywriting in der Anwerbsphase einsetzt
- 2.4.2. Techniken in der Verführungsphase
- 2.4.3. Techniken in der Vorverkaufs- und Verkaufsphase
- 2.4.4. Beispiele für Erfolgsgeschichten

**2.5. Die kreative Idee als Eckpfeiler der Markteinführung**

- 2.5.1. Was ist das kreative Konzept?
- 2.5.2. Formeln für die Erstellung des kreativen Konzepts
- 2.5.3. Die Methode, um mit der kreativen Idee auf dem Markt Fuß zu fassen
- 2.5.4. Beispiele für kreative Ideen, die funktioniert haben

**2.6. Wie man eine Markteinführung inszeniert**

- 2.6.1. Die zentralen Elemente einer erfolgreichen Einführungsinszenierung
- 2.6.2. Ein Dashboard haben
- 2.6.3. Interne Kommunikation
- 2.6.4. Monitoring von Markteinführung und Dashboard

**2.7. Die an einer Markteinführung beteiligten Marketinginstrumente und ihre Funktion**

- 2.7.1. Teile der *Copy* in der Anwerbsphase
- 2.7.2. Teile der *Copy* in der Vorbereitungsphase der Markteinführung
- 2.7.3. Teile der *Copy* in der Markteinführungsphase
- 2.7.4. Teile der *Copy* in der Verkaufsphase

**2.8. Messung einer Markteinführung in Echtzeit**

- 2.8.1. Metriken und KPIs
- 2.8.2. Tools zur Messung
- 2.8.3. Monitoring der Ergebnisse
- 2.8.4. Analyse nach der Markteinführung

**2.9. Die Phase nach der Markteinführung**

- 2.9.1. Analysieren und Handeln nach dem Verkauf
- 2.9.2. Strategien, um den Kunden nach dem Verkauf zufrieden zu stellen
- 2.9.3. Strategien zur Erhöhung des durchschnittlichen Verkaufstickets
- 2.9.4. Strategien zum Aufbau von Kundentreue

**2.10. Tools zur effektiven Verwaltung einer Markteinführung**

- 2.10.1. Interne Kommunikation
- 2.10.2. Projektleitung und Organisation
- 2.10.3. Produktivitätsoptimierung
- 2.10.4. Für das Hosting digitaler Produkte
- 2.10.5. Zur Optimierung von SEO
- 2.10.6. Für Live-Übertragungen
- 2.10.7. Für Content-Kanäle
- 2.10.8. Sonstige

**Modul 3. Copywriting für Anzeigen**

**3.1. Klassische und neue Werbung**

- 3.1.1. Eine kurze Geschichte der Werbung
- 3.1.2. Neue Werbung
- 3.1.3. Die aktuellen Technologien und die Chancen der Werbung
- 3.1.4. Aktuelle Trends in der Online-Werbung

**3.2. Der Copywriter in der Werbung und der Social Media Plan**

- 3.2.1. Die Aufgaben eines Copywriters in einer Agentur
- 3.2.2. Arten von Copywritern
- 3.2.3. Strategie für soziale Medien
- 3.2.4. Tolle Beispiele für Social Media-Kampagnen

**3.3. Die Recherchephase vor dem Schreiben**

- 3.3.1. Der ideale Kunde oder die ideale Buyer-Persona
- 3.3.2. Warum sie kaufen
- 3.3.3. Recherchieren der Konkurrenz
- 3.3.4. Wie man das anbietet, wonach der Kunde sucht

**3.4. Psychologische Techniken für das Schreiben**

- 3.4.1. Wie man die Botschaft vermittelt
- 3.4.2. Wie man den Preis vermittelt
- 3.4.3. Anwendung der Überzeugungsprinzipien von R. Cialdini
- 3.4.4. Andere Techniken, die in der Werbung funktionieren
- 3.4.5. Verschiedene Tipps zum Schreiben von Anzeigen

**3.5. Youtube Ads**

- 3.5.1. Warum auf Youtube werben
- 3.5.2. Merkmale der Werbung auf Youtube
- 3.5.3. Formate und Arten von Werbung
- 3.5.4. Drehbuch für die Erstellung von Werbung auf YouTube

**3.6. Instagram Ads und Tik Tok Ads**

- 3.6.1. Generierung von Conversion mit Copy in Instagram Ads
- 3.6.2. Beispiele für Instagram-Kampagnen aus der Praxis
- 3.6.3. Generierung von Conversion mit Copy in Tik Tok Ads
- 3.6.4. Beispiele für Tik Tok-Kampagnen aus der Praxis

**3.7. LinkedIn Ads und Twitter Ads**

- 3.7.1. Schaffen effektiverer Anzeigen auf LinkedIn Ads
- 3.7.2. Beispiele, von denen man lernen kann
- 3.7.3. Schaffen effektiverer Anzeigen auf Twitter Ads
- 3.7.4. Beispiele, von denen man lernen kann

**3.8. Facebook Ads**

- 3.8.1. Wie man eine Anzeige auf Facebook erstellt
- 3.8.2. Tipps für die Besonderheiten dieses sozialen Netzwerks
- 3.8.3. Wie die Copy bei Facebook-Anzeigen hilft
- 3.8.4. Reale Beispiele von Kampagnen

**3.9. Google Ads und Werbung mit Stories**

- 3.9.1. Überlegungen zur Erstellung von Google Ads
- 3.9.2. Beispiele für Anzeigen mit verkaufsfördernder Copy bei Google
- 3.9.3. Überlegungen zur Erstellung von Anzeigen in Stories
- 3.9.4. Beispiele für Stories mit verkaufstarker Copy

**3.10. Amazon Ads**

- 3.10.1. Warum auf Amazon werben
- 3.10.2. Arten von Amazon-Anzeigen
- 3.10.3. Wie man Amazon-Anzeigen mit Copy optimiert
- 3.10.4. Beispiele für Amazon-Anzeigen aus der Praxis



“

*Haben Sie eine Verkaufsstrategie, wissen aber nicht, wie Sie einen effektiven CTA erstellen? Finden Sie es in diesem Universitätsexperten heraus”*

# 06

# Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.





“

*Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"*

## Die TECH Business School verwendet die Fallstudie, um alle Inhalte zu kontextualisieren.

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

*Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt”*



*Dieses Programm bereitet Sie darauf vor, geschäftliche Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu meistern und Ihr Unternehmen erfolgreich zu machen.*



*Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein.*

## Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist eine intensive Spezialisierung, die von Grund auf neu geschaffen wurde, um Managern Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf höchstem Niveau zu bieten, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und geschäftliche Realität berücksichtigt wird.

“*Sie werden durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen zu lösen*”

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen.

Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

## Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

*Unser Online-System ermöglicht es Ihnen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen. Sie können die Inhalte von jedem festen oder mobilen Gerät mit Internetanschluss abrufen.*

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Wirtschaftshochschule ist die einzige spanischsprachige Schule, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente fortgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

*Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.*

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten Neurocognitive Context-Dependent E-Learning mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



### Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



### Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



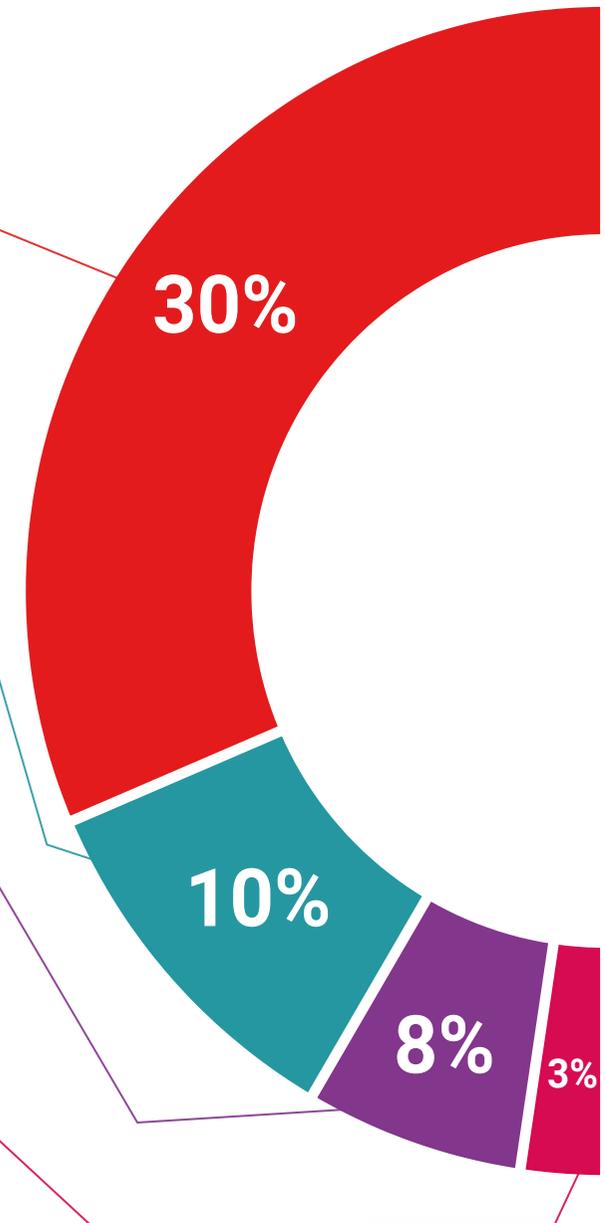
### Übungen zu Managementfähigkeiten

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



### Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





### Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Fälle, die von den besten Experten in Senior Management der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut werden.



### Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



### Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



07

# Profil unserer Studenten

Der Universitätsexperte richtet sich an Hochschulabsolventen, die zuvor einen der Abschlüsse in den Bereichen Sozialwissenschaften, Kommunikation oder Recht, Verwaltung oder Wirtschaft erworben haben.

Die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen und mehreren Nationalitäten macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus.

Außerdem können auch Berufstätige teilnehmen, die einen Hochschulabschluss in einem beliebigen Bereich haben und über Berufserfahrung im Bereich des Online-Marketings verfügen.





“

*Dieser Universitätsexperte bietet Ihnen  
450 Stunden intensives Lernen über die  
verschiedenen Arten der Markteinführung”*

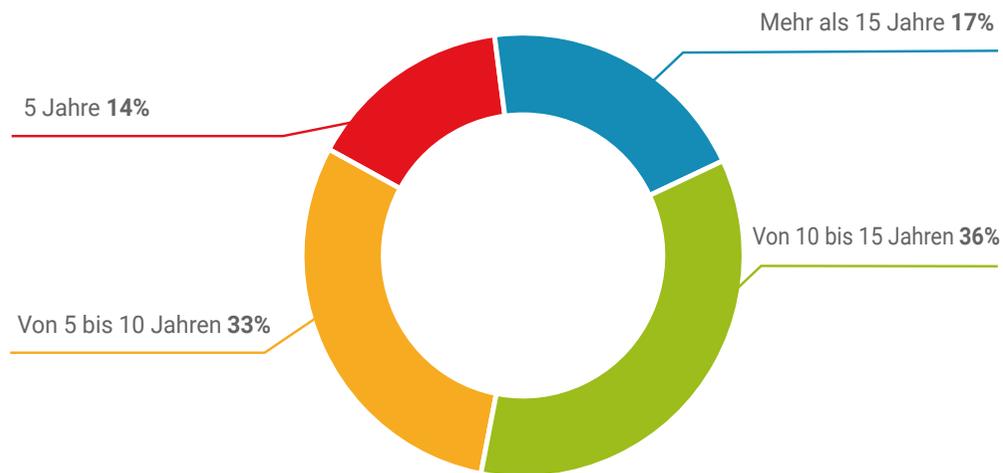
## Durchschnittliches Alter

---

Zwischen **35** und **45** Jahren

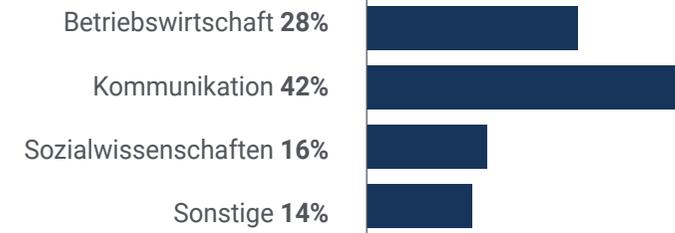
## Jahre der Erfahrung

---



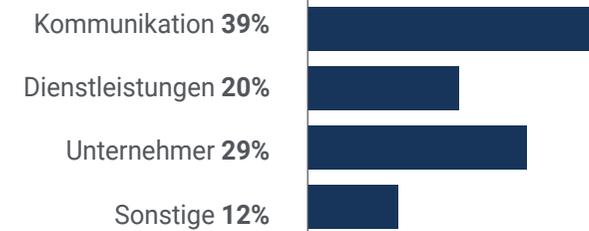
## Ausbildung

---



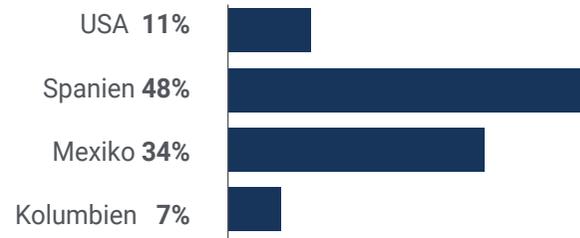
## Akademisches Profil

---



## Geografische Verteilung

---



## Pablo Vázquez

Direktor in einer Copywriting Agency

*“Dieser Studiengang ermöglichte es mir, in der Werbeagentur, für die ich arbeitete, aufzusteigen. Das Gelernte ermöglichte es mir, die Leistung der Markteinführungen zu verbessern und unsere Kunden zufriedener zu machen. Es war eine gute Entscheidung, dieses Programm zu absolvieren”*

08

# Auswirkung auf Ihre Karriere

Dieses Universitätsprogramm richtet sich an Berufstätige, die ihre berufliche Laufbahn im Bereich Business oder *Copywriting* erfolgreich gestalten wollen. Diese Garantie ist nur dank des exquisiten Dozententeams möglich, das die Studenten dabei unterstützen wird, ihre Ziele auf zufriedenstellende Weise zu erreichen.

So wird dieser Universitätsexperte einen wirklich positiven Einfluss auf die Studenten und auf die Einrichtungen, in denen sie ihre Aufgaben wahrnehmen, ausüben.



“

*Sie werden zeigen, dass Sie in der Lage sind, mit begrenzten Mitteln Kampagnen zu entwickeln”*

### Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen?

#### Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung.

Der Universitätsexperte in Copywriting für Anzeigen und Markteinführungen der TECH ist ein intensives Programm, das Sie auf die Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich *Copywriting* vorbereitet. Das Hauptziel ist es, Ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Wir helfen Ihnen, erfolgreich zu sein.

Wenn Sie sich verbessern, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene erreichen und mit den Besten zusammenarbeiten wollen, sind Sie hier genau richtig.

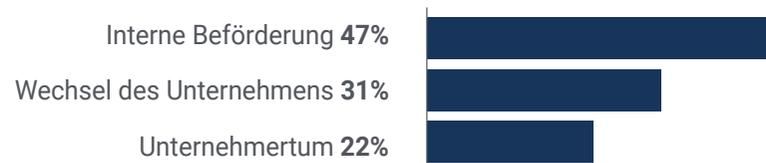
*Nach 6 Monaten intensiver Fortbildung werden Sie einen Mehrwert für die interne Kommunikation in Ihrem Unternehmen schaffen.*

*Sie werden neue Kunden gewinnen, indem Sie die neuesten psychologischen Techniken anwenden, um überzeugende Botschaften zu verfassen.*

### Zeitpunkt des Wandels



### Art des Wandels



## Gehaltsverbesserung

---

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **23,14%**



09

# Vorteile für Ihr Unternehmen

Unternehmen, die in ihrem *Staff* über hochspezialisiertes *Copywriting*-Personal verfügen, erhalten zweifellos die zusätzliche Differenzierung, die notwendig ist, um Verkaufskampagnen zu etablieren, angemessene Geschäftsentscheidungen zu treffen oder neue Herausforderungen mit größerer Sicherheit anzunehmen. All dies und noch viel mehr kommt den Unternehmen zugute, die Studenten, die diesen Universitätsexperten studiert haben, zu ihren Mitarbeitern zählen.





“

*Steigern Sie die Kundenbindung Ihres Unternehmens dank der Strategien, die dieser Hochschulabschluss bietet”*

Die Entwicklung und Bindung von Talenten in Unternehmen ist die beste langfristige Investition.

01

### Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Die Fachkraft wird neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die relevante Veränderungen bewirken können.

---

02

### Bindung von Führungskräften mit hohem Potenzial und Vermeidung der Abwanderung von Fachkräften

Dieses Programm stärkt die Verbindung zwischen dem Unternehmen und der Fachkraft und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

### Aufbau von Akteuren des Wandels

Die Fachkraft wird in der Lage sein, in unsicheren und krisenhaften Zeiten Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

---

04

### Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

Dank dieses Programms wird das Unternehmen mit den wichtigsten Märkten der Weltwirtschaft in Kontakt kommen.

05

### Entwicklung eigener Projekte

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich FuE oder *Business Development* ihres Unternehmens entwickeln.

---

06

### Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

Dieses Programm wird die Fachkräfte mit den Fähigkeiten ausstatten, neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen.



10

# Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Copywriting für Anzeigen und Markteinführungen garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab  
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss  
ohne lästige Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **Universitätsexperte in Copywriting für Anzeigen und Markteinführungen** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post\* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

**Titel: Universitätsexperte in Copywriting für Anzeigen und Markteinführungen**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **450 Std.**



\*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.



## Universitätsexperte

### Copywriting für Anzeigen und Markteinführungen

- » Modalität: online
- » Dauer: **6 Monate**
- » Qualifizierung: **TECH Technische Universität**
- » Aufwand: **16 Std./Woche**
- » Zeitplan: **in Ihrem eigenen Tempo**
- » Prüfungen: **online**

Universitätsexperte

Copywriting für Anzeigen  
und Markteinführungen

