

impulse

# Marketingtexte schreiben mit ChatGPT

Es geht los!

Was führt dich  
in den  
Workshop?  
Schreibe es in  
den Chat.





**6 Stunden, 2 Trainings, 1 Ziel**

**Schneller bessere  
Texte schreiben – mit  
deinem Texter-  
Freund ChatGPT**

**Du? Sie? Wie?**

**Wer will, darf mich nach dem Workshop  
wieder entduzen!**

# Mein Support heute



**Jonas Hetzer,**  
ChatGPT-Pro aus der impulse-Redaktion



**Britta Hesener,**  
Expertin für starke Marketingtexte

**Heute:**

**Salespages und Salesmails:**

**Texte, die verkaufen**

- Persona erstellen, Positionierung finden
- Überschriften entwickeln
- Nutzenversprechen mit „Haben-wollen-Effekt“
- Komplette Salespages erstellen
- Call-to-Actions, die zum Abschluss führen
- Qualitätskontrolle

**Morgen:**

**Social-Posts, Blog-Posts, Newsletter:**

**Texte, die Beziehungen aufbauen**

- Themenideen entwickeln
- Contentpläne erstellen
- Texte für verschiedene Kanäle anpassen
- Texte für verschiedene Zielgruppen anpassen
- Darstellungsformen wechseln
- Qualitätskontrolle
- Individuelle GPTs erstellen
- Visuals generieren

**Und was ist mit SEO?**



**Wir machen  
ca. alle 60 Minuten  
eine kleine Pause**



**impulse**



**impulse**

# Worüber sprechen wir nicht?

- Tools, tools, tools
  - Newsletter von Jens Polomski
- Wo Künstliche Intelligenz herkommt und wie sie genau funktioniert
- Wo sich Künstliche Intelligenz hinentwickelt
- Rechtliche Aspekte
- Ethische Aspekte
- KI-Policy in Unternehmen

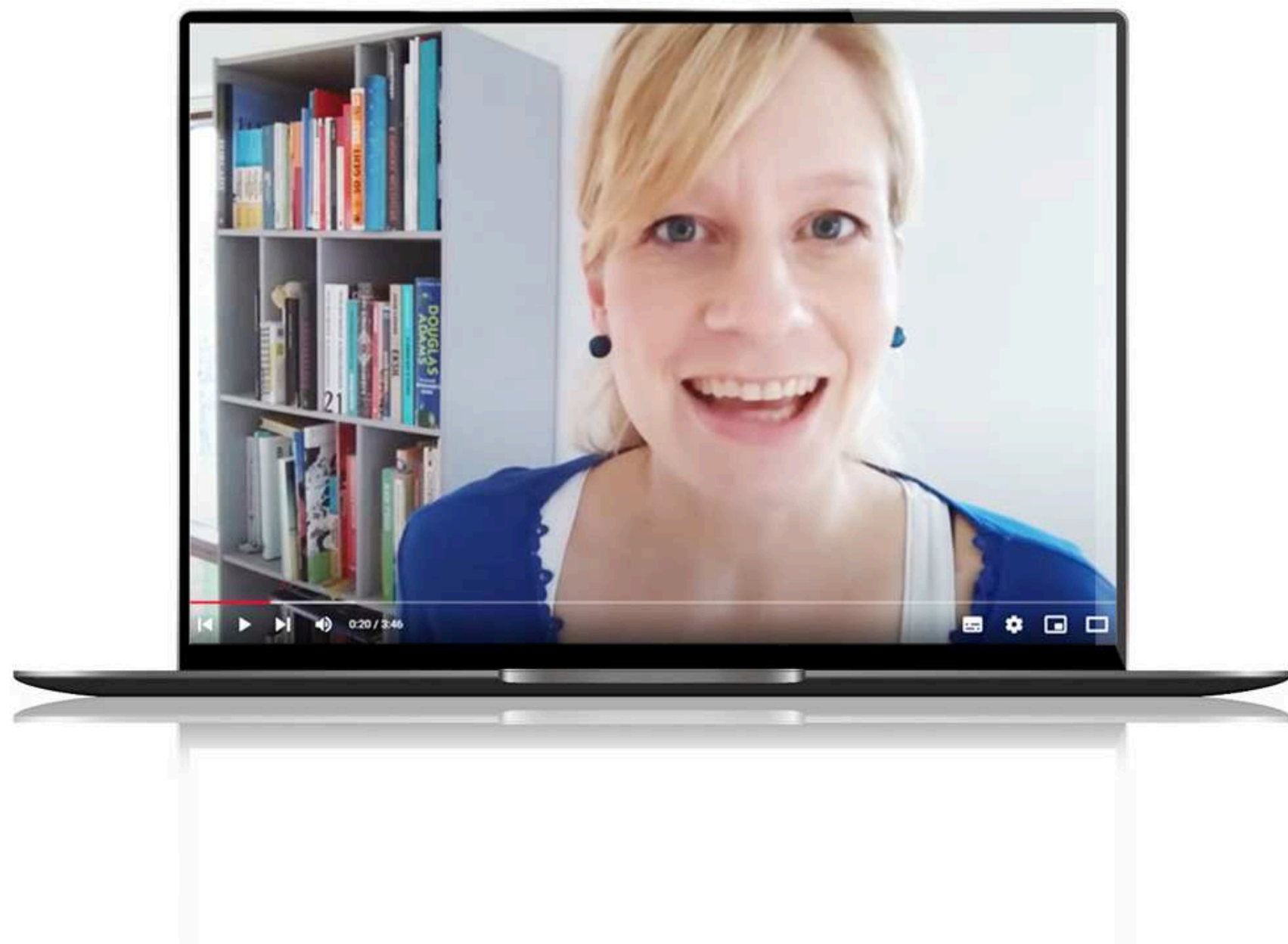
# Das bin ich

- Journalistin
- Chefredakteurin von
- Schreib-Trainerin
- Keine KI-Expertin, aber
- ... ChatGPT-Poweruser
- Fachfrau für richtig gute Marketingtexte und Inhalte



**„Gibt es eine  
Aufzeichnung?“**

**Aber sicher!**



# Was brauche ich, um effektiv mitzumachen?

1. Must have: einen ChatGPT-Account
2. Noch besser: Einen ChatGPT Plus-Account
3. Nice to have: zwei Monitore
4. Meine Prompt-Liste, um Copy-Paste zu machen



**Müll rein**



**Müll raus**



**ChatGPT bringt  
dir nichts,  
wenn du**

1

... keine  
Marketingstrategie  
hast

# 2

**... nicht beurteilen  
kannst, ob ein Text  
überzeugt oder  
nicht**



# Challenge #1: Sprüche zu deinem Job



**Und jetzt du:  
Erstelle**

**CHATGPT HAT SICH  
SCHON BEWORBEN ...**  
*aber wir wollen jemanden mit  
mehr Persönlichkeit.*

**Gesucht:**

Redakteur (m/w/d) mit  
Schwerpunkt Künstliche Intelligenz

**impulse**



**Die KI macht dir  
Vorschläge.**

**Du entscheidest!**



**„Was muss ich  
über die Oberfläche  
von ChatGPT  
noch wissen?“**

# Was unterscheidet die kostenlose ChatGPT-Version von der Bezahlversion?

## Kostenlos

- Zugriff auf GPT-4o mini
- Eingeschränkter Zugriff auf GPT-4o
- Eingeschränkter Zugriff auf Datenanalysen, Datei-Uploads, Bilderkennung, Onlinesuchen und Bildgenerierung
- Verwendung benutzerdefinierter GPTs

## ChatGPT-Plus

zusätzlich:

- Zugriff auf OpenAI o1-preview und OpenAI o1-mini
- Zugriff auf GPT-4o, GPT-4omini
- Zugriff auf GPT-45 (bestes Modell zur kreativen Textgenerierung)
- Zugriff auf Datenanalysen, Datei-Uploads,, Bilderkennung und Onlinesuchen
- DALL-E-Bildgenerierung mit ChatGPT-4o
- Sora Bild- und Videogenerierung
- Erstellung eigener individueller GPTs
- Dein Brand-GPT

# Was unterscheidet die kostenlose ChatGPT-Version von der Bezahlversion?

Feature	Gratis-Status	Typische Limitierung
GPT-4o Modell	✓ enthalten	ca. 10–20 Nachrichten pro 5 h, danach Fallback auf GPT-4o mini ( <a href="#">Wizbrand</a> )
GPT-4o mini	✓ unbegrenzt	leicht weniger „IQ“, dafür ohne Begrenzung
Web-Browsing	✓	
Datei-Uploads & Data-Analysis	✓	
Bild-Uploads & Vision-Antworten	✓	an GPT-4o-Textlimit gekoppelt
DALL·E 3 Bildgenerator	✓	Tages-Quota nicht öffentlich, gefühlt ein-zweistellig
Advanced Voice Mode	✓ Vorschau	1-stellige Minuten/Tag, GPT-4o mini-basiert
Deep Research (Lite)	✓	5 Runs pro Monat
Memory-Funktion	✓	limitiert auf einfache Vorlieben/Infos

# Was unterscheidet die kostenlose ChatGPT-Version von der Bezahlversion?

## ChatGPT Team

- 25-30 Dollar pro User pro Monat.
- Möglichkeit Custom GPTs mit dem Team zu teilen.
- Administrator zur Account-Verwaltung.
- Eingegebene Daten werden in der Grundeinstellung nicht zum Training der KI genutzt.

# ChatGPT weiß manchmal nicht, was es kann

Welche dokumente kann ich in chatgpt hochladen?



In ChatGPT kannst du keine Dokumente hochladen oder anhängen. Alles, was wir besprechen, basiert auf dem Text, den du eingibst, oder den Informationen, die du direkt mit mir teilst. Wenn du Hilfe mit einem speziellen Dokument benötigst, kannst du relevante Textausschnitte kopieren und hier einfügen. Dann kann ich dir basierend darauf weiterhelfen!





 Sende eine Nachricht an ChatGPT

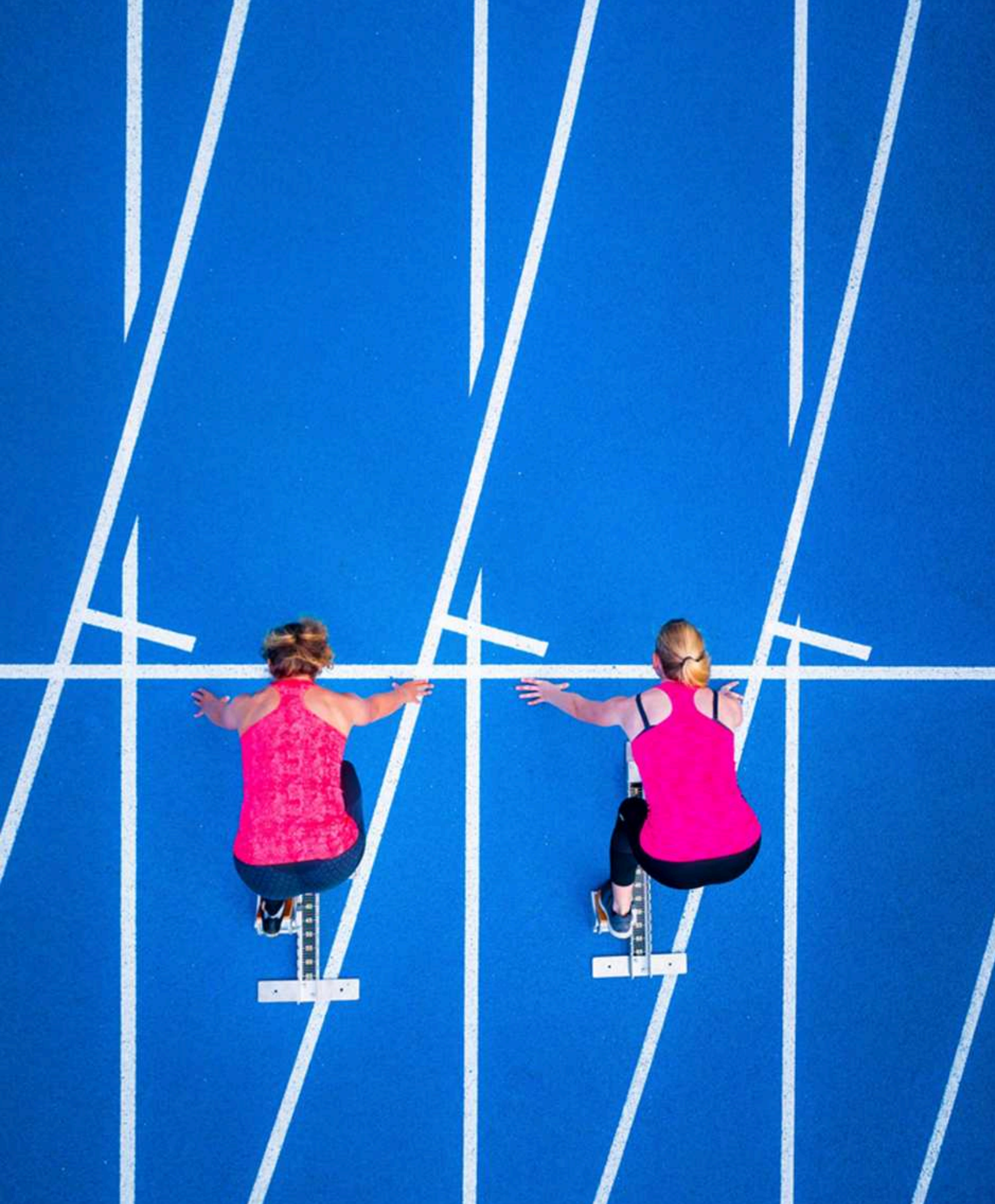


ChatCPT Impulse Arbeitsbereich-Chats werden nicht zum Trainieren unserer Modelle verwendet. ChatGPT kann Fehler machen.

# ChatGPT individuell konfigurieren

## Einstellungen

- Personalisierung
- Datenkontrolle



**Wir sind aufgewärmt  
– es geht los!**



**Online-Marketing  
ist komplex, aber...**



# ... am Ende gibt es nur zwei zentrale Stellschrauben

Traffic: Wie ziehe ich mehr (passende!) Besucher auf meine Website?

**Ohne Websitebesucher  
keine Kunden**

**Häufiger Fehler:  
Du hast den Traffic deiner Website  
nicht im Blick**



# Zwei zentrale Stellschrauben

**Traffic:** Wie ziehe ich mehr (passende!) Besucher auf meine Website?

**Conversion:** Wie mache ich mehr Websitebesucher zu Kunden?





**Ohne Conversion keine Kunden**

# Traffic und Conversion sind DIE zentralen Erfolgsfaktoren deiner Website

1000 Besucher x 1 Prozent Conversion = 10 Anfragen

3000 Besucher x 3 Prozent Conversion = 90 Anfragen

# Die wichtigsten Trafficquellen

- Direktaufrufe
- Links von anderen Websites,  
zum Beispiel Branchenportalen  Hier kann ChatGPT helfen
- Online-Werbung  Hier kann ChatGPT helfen
- Social Media  Hier kann ChatGPT helfen
- Social Media Anzeigen  Hier kann ChatGPT helfen
- Google Anzeigen  Hier kann ChatGPT helfen
- Google  
(Suchmaschinenoptimierung)  Hier kann ChatGPT helfen
- Neu: LLMs wie ChatGPT  Hier kann ChatGPT helfen

# Die wichtigsten Trafficquellen

Nur Google-Traffic können wir mit unserer Website beeinflussen!

- Direktaufrufe
- Links von anderen Websites, zum Beispiel Branchenportalen → Hier kann ChatGPT helfen
- Online-Werbung → Hier kann ChatGPT helfen
- Social Media → Hier kann ChatGPT helfen
- Social Media Anzeigen → Hier kann ChatGPT helfen
- Google Anzeigen → Hier kann ChatGPT helfen
- Google (Suchmaschinenoptimierung) → Hier kann ChatGPT helfen
- Neu: LLMs wie ChatGPT → Hier kann ChatGPT helfen

# Die wichtigsten Conversion-Ziele

Der Website-Besucher soll

- anrufen
- eine Probestunde/-fahrt buchen
- einen Termin vereinbaren
- eine Reservierung machen
- einen Newsletter abonnieren
- sich näher zu einem Angebot erkundigen
- direkt etwas kaufen
- ...



**Wenn ich nicht weiß,  
was mein Conversion-  
Ziel ist, dann weiß ich  
auch nicht, wann meine  
Texte erfolgreich sind.**



**Das gilt nicht nur  
für meine Website,  
sondern für  
ALLE Marketingtexte!**

**No goal, no gain!**

**Wenn ich Menschen dazu  
bewegen möchte, etwas zu tun,  
muss ich zwei Dinge kennen.**



# Erstens: Meine Zielkunden



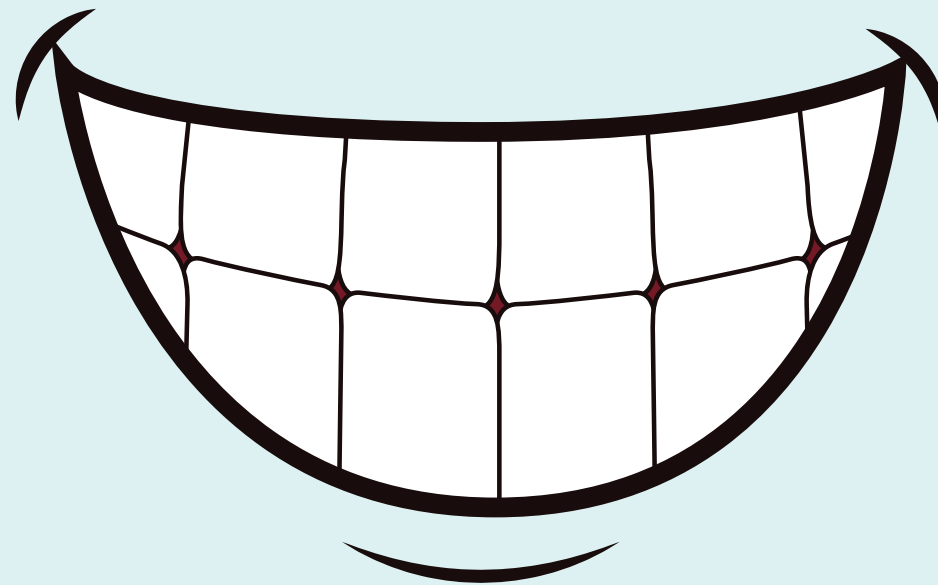
**Zweitens:  
Mich selbst  
(bzw. meine Firma)**

**Klarheit über Zielkunden und Positionierung zu haben ist DIE Grundvoraussetzung, um Marketingtexte zu schreiben, die verkaufen.**

**Wenn ChatGPT starke Texte schreiben soll,  
muss ich die KI genauso  
gut briefen wie einen Copywriter.**

**Die gute Nachricht: ChatGPT kann mir helfen,  
ein gutes Briefing zu erstellen.**

**Die gute Nachricht: ChatGPT kann mir helfen,  
ein gutes Briefing zu erstellen.**



# Zielkunden erforschen

## Eine Buyer Persona...

- basiert im Idealfall auf realen Kundenprofilen und -daten
- dient dazu, reale Kunden besser zu verstehen und zielgenauer anzusprechen
- ermöglicht es, Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, die bei der Zielgruppe ankommen

# Eine (von mehreren) Buyer Persona von impulse

## Newsletter-Leserin I: Henriette, 40 Jahre alt

- verheiratet, 1 Kind (Kita)
- wohnt in Hildesheim
- führt eine Steuerkanzlei mit 8 Mitarbeitern

## Wie sind Henriettes Probleme?

- Henriette hat Stress, weil sie sich für alles verantwortlich fühlt.
- Ihr Glaubenssatz: Ohne Fleiß kein Preis.
- Sie fühlt sich gefangen in ihrem Alltag und hat das Gefühl, dass alles irgendwie zu kurz kommt.
- Es fällt ihr schwer, Nein zu sagen und harte Entscheidungen zu treffen.
- Sie fühlt sich allein.
- Sie hat einen lauten inneren Kritiker und stellt sich oft in Frage.

## Was wünscht sich Henriette?

- Henriette wünscht sich Wertschätzung und Zuspruch. Sie will sich verstanden fühlen.
- Sie will eine gute Chefin sein, aber auch eine gute Mutter.

## Wie sieht Henriettes Tagesablauf aus?

- Um 6 Uhr morgens checkt sie E-Mails auf dem Smartphone, die Wetter-App und SPON.
- Dann bringt sie mit dem Auto das Kind weg. Dabei hört sie Radio. Zwischendurch whatsappt sie.
- Tagsüber arbeitet sie, mit einer Mittagspause, die sie gelegentlich mit Klienten und anderen Geschäftskontakten verbringt.
- Ab 18 Uhr ist Familienarbeit angesagt: Einkaufen, Haushalt usw.
- Abends im Bett schaut sie noch mal bei Facebook und Whatsapp rein oder macht Onlineshopping.

**Stellen Sie sich vor, Sie treffen die nächste große  
Entscheidung für Ihr Unternehmen – und sind dabei  
nicht allein**

---

# Eine (von mehreren) Buyer Persona von impulse

## Newsletter-Leserin I: Henriette, 40 Jahre alt

- verheiratet, 1 Kind (Kita)
- wohnt in Hildesheim
- führt eine Steuerkanzlei mit 8 Mitarbeitern

## Wie sind Henriettes Probleme?

- Henriette hat Stress, weil sie sich für alles verantwortlich fühlt.
- Ihr Glaubenssatz: Ohne Fleiß kein Preis.
- Sie fühlt sich gefangen in ihrem Alltag und hat das Gefühl, dass alles irgendwie zu kurz kommt.
- Es fällt ihr schwer, Nein zu sagen und harte Entscheidungen zu treffen.
- Sie fühlt sich allein.
- Sie hat einen lauten inneren Kritiker und stellt sich oft in Frage.

## Was wünscht sich Henriette?

- Henriette wünscht sich Wertschätzung und Zuspruch. Sie will sich verstanden fühlen.
- Sie will eine gute Chefin sein, aber auch eine gute Mutter.

## Wie sieht Henriettes Tagesablauf aus?

- Um 6 Uhr morgens checkt sie E-Mails auf dem Smartphone, die Wetter-App und SPON.
- Dann bringt sie mit dem Auto das Kind weg. Dabei hört sie Radio. Zwischendurch whatsappt sie.
- Tagsüber arbeitet sie, mit einer Mittagspause, die sie gelegentlich mit Klienten und anderen Geschäftskontakten verbringt.
- Ab 18 Uhr ist Familienarbeit angesagt: Einkaufen, Haushalt usw.
- Abends im Bett schaut sie noch mal bei Facebook und Whatsapp rein oder macht Onlineshopping.

# Buyer Persona erstellen – ohne Dateneingabe

## Prompt 1:

Erstelle eine Buyer Persona für [Anbieter oder Produkt angeben].

- [Detailinfo zum Angebot]
- [Detailinfo zum Angebot]
- [Detailinfo zum Angebot]

Das Profil der Persona soll konkrete Details zu den Zielen und den Pain Points enthalten. Außerdem sollen Faktoren beschrieben werden, welche für die Persona bei der Entscheidung für einen passenden Anbieter eine Rolle spielen.

# Buyer Persona erstellen – ohne Dateneingabe

## Prompt 2:

Welche Wörter und Ausdrücke verwendet [Name der Persona], um ihre Herausforderungen und Lösungen [in Bezug auf Angebot] auszudrücken? Nenne Ausdrucksweisen, Fachwörter und den allgemeinen Stil, mit welchem wir Personas wie [xxx] in unseren Inhalten ansprechen können. Auf welche Buzzwörter reagiert sie?



## Challenge #2: Buying Persona generieren

# Buyer Persona erstellen – ohne Dateneingabe

## **Prompt für die Erstellung einer Buyer Persona:**

Bitte frage mich alle notwendigen Fragen zur Erstellung einer Buyer Persona. Erst wenn eine Frage beantwortet wurde, gehst du weiter zur nächsten Frage. Erstelle aus den Antworten eine Buyer Persona.

# Kundenumfrage erstellen

## Prompt:

„Du bist ein erfahrener Marketing-Manager. Erstelle eine Kundenumfrage für ein [Unternehmen]. Die Umfrage soll dazu dienen, eine aussagekräftige Buyer Persona erstellen zu können. Die Beantwortung der Fragen soll nicht länger als [x] Minuten dauern. Gebe bei Fragen, wo dies sinnvoll erscheint, Antwortmöglichkeiten vor. Duze die Zielgruppe.“



# Challenge #3: Kundenumfrage generieren



**Zweitens:  
Mich selbst  
(bzw. meine Firma)**

# Zwei Leitfragen

1. Was macht mein Angebot besonders?
2. Was macht mich/uns als Unternehmen besonders?

# Positionierungsstrategien

- Positionierung als Spezialist
  - Angebotsspezialisierung
  - Zielgruppenspezialisierung
  - Engpassspezialisierung
- David-gegen-Goliath-Positionierung
- Service-Positionierung
- Feindbildpositionierung
- Positionierung durch besondere Garantien
- Positionierung durch Sprache
- Positionierung durch Engagement/Werte

# Die eigene Positionierung schärfen

## Fokusfragen, die du deinen Kunden stellen kannst.

- Von all den Dingen, die Sie an uns schätzen, was gefällt Ihnen am besten?
- Wenn es eine Sache gibt, die wir unbedingt mal anders machen sollten: Was wäre da das Wichtigste für Sie?
- Was fehlt Ihnen bei uns am allermeisten?
- Was ist für Sie der wichtigste Grund, uns die Treue zu halten?
- Wenn es eine Sache gibt, für die Sie uns garantiert weiterempfehlen können: Was wäre das?
- Wenn es eine Sache gibt, die Sie sich von uns wünschen würden: Was wäre das?
- Wenn es so etwas jemals gegeben hat: Was war das Unangenehmste, das Ihnen bei uns je widerfahren ist?
- Was war das Beste, das Ihnen bei uns je widerfahren ist? Erzählen Sie mal ...

# ChatGPT als Test: Bringt unsere Website die Positionierung rüber, die wir uns wünschen?

## Prompt:

Analysiere die Website [XXX]. Beschreibe die Positionierung des Unternehmens. An welche Zielgruppe wendet sich das Unternehmen? Wie unterscheidet es sich von anderen Anbietern?

# ChatGPT als Ideen-Generator für eine schärfere Positionierung

## **Prompt 1:**

Du bist ein erfahrener Marketing-Spezialist. Mache 10 Vorschläge, wie das Unternehmen, das ich im nächsten Prompt beschreibe, seine Positionierung schärfen kann und sich von der Konkurrenz absetzen kann. Markiere die drei Strategien, die du am effektivsten findest.

[Beschreibung des Angebots des eigenen Unternehmens].

## **Prompt 2 (liefert leichter umsetzbare Strategien):**

Entwickle nun 10 kleine Details, mit denen sich [xxx] von der Konkurrenz absetzen kann.



# Challenge #4: Positionierung schärfen

**Wir haben unsere Zielgruppe  
erforscht und unsere  
Positionierung geschärft**



**Jetzt können wir endlich texten!**

**Kunden kaufen oft nicht das billigste  
oder das beste Angebot.**

**Sie kaufen das Angebot,  
das sie sofort verstehen...**

**... bei dem Anbieter, dem sie vertrauen.**



**Ob ein Besucher  
mehr Zeit auf  
deiner Seite verbringt,  
entscheidet er nach  
**2,6 Sekunden.****

**Die durchschnittliche  
Verweildauer auf  
einer Website beträgt  
17 Sekunden.**





## **Der Websitebesucher soll sofort verstehen, worum es bei dir geht**

- auf dem Handy
- in der Bahn
- mit nem Kaffee in der anderen Hand



# Wie kann ich schnell (!) Klarheit schaffen?

- Durch Texte
- Durch Bilder



# Dem Websitebesucher muss SOFORT klar werden

- WAS ich biete. **Angebot**
- WER bei mir richtig ist. **Zielgruppe**
- WARUM es sich lohnt, bei mir zu kaufen. **Kundennutzen**

**Sofort heißt:**  
**Beim ersten Blick auf die Website**

# Klarheit schaffen über Angebot, Zielgruppe und Kundennutzen

**Angebot** → Agentursoftware für effiziente Agenturprozesse

**Zielgruppe** → Sie kümmern sich um Ihre Kunden, easyJOB erledigt den Rest.

**Kundennutzen** → Gleich ausprobieren »

**Angebot** →

The image shows a woman working at a computer. The computer screen displays a dashboard with various charts and data. The advertisement text is overlaid on the left side of the image. Yellow arrows point from the text labels to the corresponding elements in the advertisement.

Sie möchten in Ihrer Agentur...

- ✓ zeitaufwändige Standardaufgaben automatisieren?
- ✓ Kostenvoranschläge und Rechnungen effizient erstellen?

# Klarheit schaffen über Angebot, Zielgruppe und Kundennutzen



Angebot



Gewinnen Sie neue Kunden online

mit einer Website von Ihrem Webdesign-Profi in Ahrensburg

Kundennutzen

Zielgruppe

Wünschen Sie sich eine Website, die genau so toll ist wie Ihr Unternehmen? Dann sind Sie bei uns richtig.

www.ahrensburg.de

# Klarheit schaffen über Angebot, Zielgruppe und Kundennutzen

**Karrasch**

**Kundennutzen**

**Zielgruppe**

Mehr Aufmerksamkeit für  
Ihr Unternehmen  
mit wirkungsvollen Botschaften  
und starken Geschichten

**Angebot**

Jetzt PR Beratung erhalten

The graphic features a smiling woman on the left. To her right is a large yellow circle containing text. Three blue arrows point towards the circle: one from the top labeled 'Kundennutzen', one from the left labeled 'Zielgruppe', and one from the bottom labeled 'Angebot'. A button at the bottom of the circle says 'Jetzt PR Beratung erhalten'.

# Klarheit schaffen über Angebot, Zielgruppe und Kundennutzen

**Zielgruppe**

**Angebot**

**Kundennutzen**

Die optimale TSE Registrierkasse, speziell für Kleingewerbe!

- ✓ Geräteunabhängig bedienbar.
- ✓ Einfache & schnelle Inbetriebnahme.
- ✓ Keine versteckten Kosten.

Jetzt kostenlos testen → Rückruf anfordern →

100% GoBD & DSFinV-K konform

Fiskaly KassenSichV Partner

Basisversion nur 9,90 € monatlich bei Jahresabrechnung

The advertisement features a background image of a male server in a white shirt and dark apron interacting with two female customers at a bar. The server is looking towards the customer with curly hair. The text and graphics are overlaid on the right side of the image. Three yellow arrows point from the labels 'Zielgruppe', 'Angebot', and 'Kundennutzen' to their respective elements in the ad. The 'Zielgruppe' label points to the main headline. The 'Angebot' label points to the headline and the list of benefits. The 'Kundennutzen' label points to the list of benefits. The price information is in a yellow circle at the bottom left. The compliance and partner logos are at the bottom center.

**Klarheit gewinnt  
gegen Kreativität!**

**Das gilt nicht nur  
für Startseiten, das gilt auch  
für Produktseiten**

Online-Workshop mit Nicole Basel

# Marketingtexte schreiben – mit ChatGPT

Kostet es Sie irre viel Zeit, Salestexte, Newsletter oder Social-Media-Postings zu texten? Dann machen Sie ChatGPT zu Ihrem Text-Buddy. Im Workshop lernen Sie, wie's geht.

Jetzt buchen



Angebot



Zielgruppe



Kundennutzen



# Prompt für eine starke Überschrift

Du bist ein erfahrener Copywriter. Texte eine attraktive Überschrift für eine Salespage, über die [Angebot] verkauft werden soll. Die Überschrift soll aus zwei Teilen bestehen. In der Hauptzeile steht ein attraktives Nutzenversprechen. In der Unterzeile steht, was genau das Angebot ist und an wen es sich richtet. Mache zehn verschiedene Vorschläge. Im nächsten Prompt gebe ich Dir alle nötigen Informationen.



# Challenge #5: Überschrift texten

**Was ist der größte Fehler  
vieler Salestexte?**



 Harvard Business manager

**Ich**

**Unternehmenswebsites,  
die das Spotlight auf sich lenken,  
sind fade und eitel.**

**Erfolgreiche Unternehmenswebsites  
stellen den Kunden ins Rampenlicht.**

**Sie geben dem Kunden das Gefühl:  
Wir verstehen, was Du brauchst.**

# Friedhofsgärtnerei Lülow in Hamburg - Gärtnerei am Ohlsdorfer Friedhof

Grabpflege / Grabschmuck / Blumenladen

Seit mehr als 80 Jahren kümmert sich die Hamburger Friedhofsgärtnerei Lülow mit großem Einfühlungsvermögen um sämtliche Angelegenheiten rund um die Grabpflege. Kompetente Mitarbeiter der Friedhofsgärtnerei beraten auf Wunsch bereits vor Eintritt eines Todesfalls und sind bei der Auswahl einer geeigneten Ruhestätte behilflich. Nach der Bestattung übernehmen sachkundige Friedhofsgärtner die qualifizierte Grabgestaltung und Pflege von Grabstätten.

# Ein gepflegtes Grab

zeigt, dass wir einen geliebten Menschen in Ehren halten. Geht es Ihnen wie vielen Angehörigen? Sie können sich um die Grabpflege nicht selbst kümmern.

Sie wohnen zu weit weg, schaffen es zeitlich nicht oder der die Knochen lassen es einfach nicht mehr zu.

Machen Sie sich keine Gedanken mehr, dass das Grab nicht gepflegt aussieht.

Wir übernehmen die Grabpflege für Sie – zuverlässig und genau nach Ihren Wünschen.

- Wählen Sie gemeinsam mit dem Gärtner Blumen für den Frühling, Sommer, Herbst- und Winter, entscheiden Sie sich für eine Bepflanzung die Ihrem Angehörigen am besten gefallen hätte. Natürlich gehen wir auch auf Sonderwünsche ein.
- Machen Sie sich keine Sorgen, dass die Blumen im Sommer verblühen: Wir gießen bei Hitze regelmäßig.
- Keine unerwarteten Kosten: In der jährlichen Gebühr ist alles enthalten, vom Unkraut jäten über das Rückschneiden von Bodendecker bis zur Grabsteinreinigung.
- Auf Wunsch schicken wir Ihnen regelmäßig Bilder vom Grab Ihres Angehörigen – damit Sie wissen, dass alles in Ordnung ist.

Sie haben Fragen oder brauchen Hilfe? Dann nutzen Sie unser Kontaktformular oder sprechen Sie uns einfach auf dem Friedhof an und lassen Sie sich überzeugen.

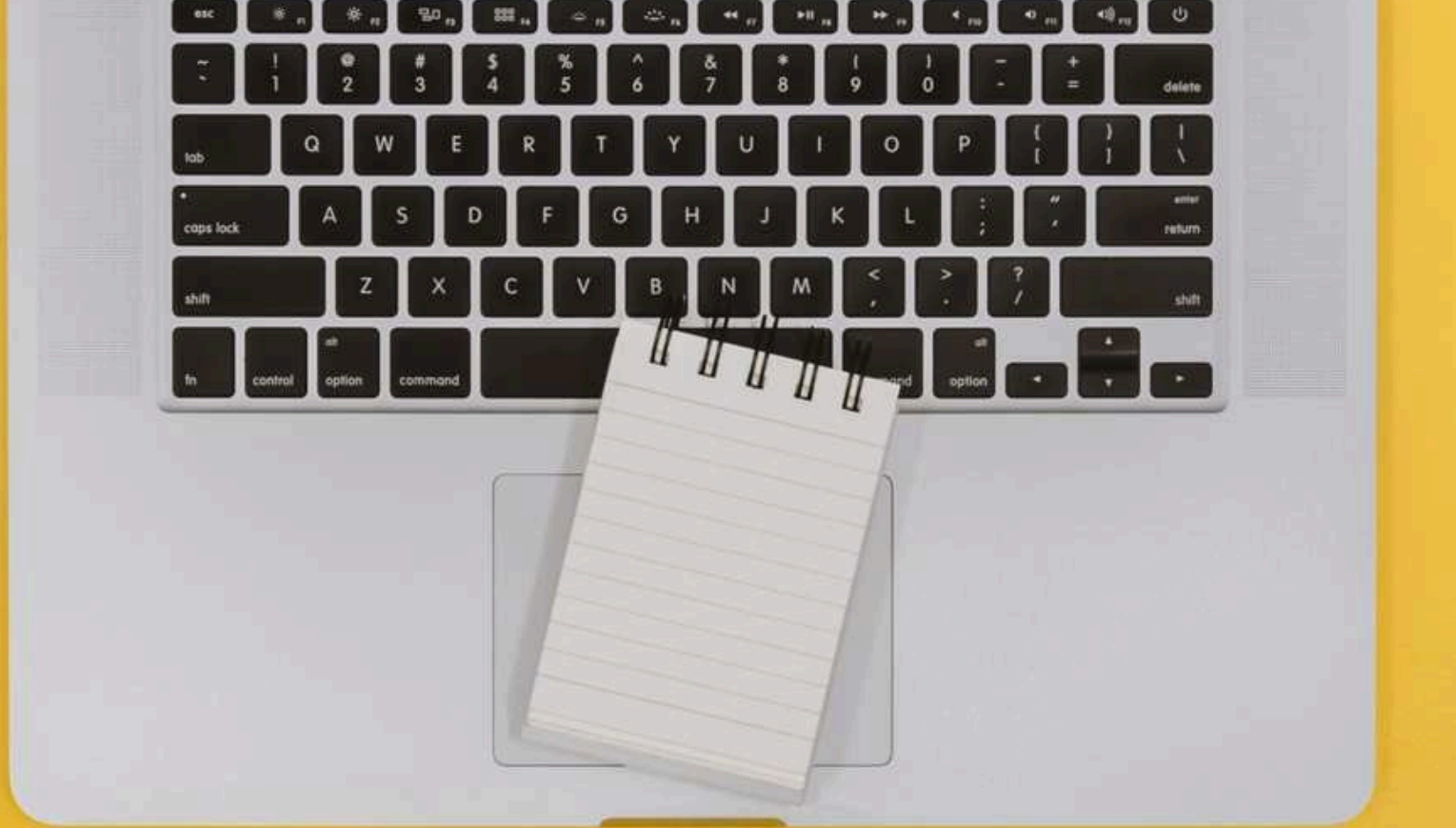
Unsere freundlichen Mitarbeiter erkennen Sie am Lächeln und an den grünen Hosen.

← „Du bist nicht allein“

← „Du bist nicht Schuld“

← „Wir kennen Deine Sorgen“

← „Wir haben verstanden“



# Texter-Trick

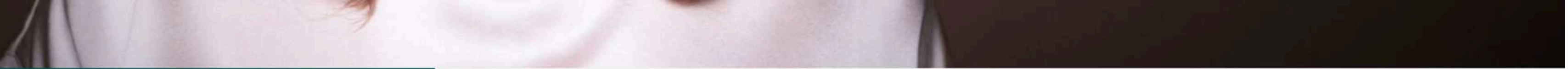
Die „Kennst du das“-  
Formel.




# Die „Kennst du das“-Formel


Kennst du das + [Problem des Zielkunden]


# Die „Kennst du das das“-Formel



**KOMMT IHNEN DAS BEKANNT VOR?**

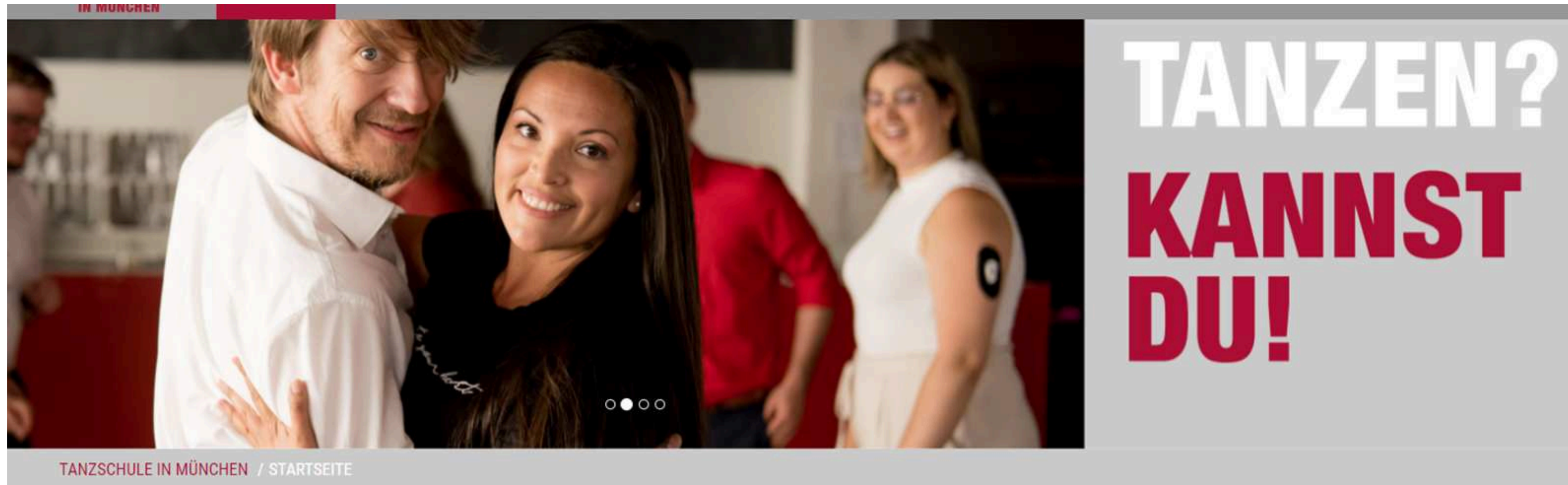
- 

Auf Veränderungen reagieren Ihre Mitarbeitenden verunsichert und ablehnend.
- 

Zwischenmenschliche Konflikte lenken ihr Team ab und kosten Sie wertvolle Zeit.
- 

Neue Ideen gibt es viele. Aber alte Muster und Routinen können Sie nur schwer durchbrechen.

# Die „Kennst du das“-Formel



## MÜHELOS TANZEN LERNEN IN MÜNCHEN

Du würdest dich gern trauen, zu deiner **Lieblingsmusik** zu tanzen?

Du wünschst dir einen Tanzkurs, der **in deinen Alltag** passt?

Du möchtest möglichst schnell **Fortschritte** erleben?

Werde Teil unseres Teams!

„Das DT ist unsere Tanzschule, weil es die Kombination von stressfreiem

  
**Proven  
Expert**

Von Kunden  
bewertet

DT-Die Tanzschule am  
Deutschen Theater GmbH

## Zwei Sätze höre ich immer wieder (meist in entnervtem bis verzweifelnem Tonfall):

Satz 1

*„Ich strenge mich an, aber meine  
Texte klingen zu reißerisch/zu  
langweilig/zu sehr wie die der  
Konkurrenz.“*

Satz 2

*„Marketingtexte zu schreiben  
dauert bei mir ewig!“*

### Liebe Leute, Hilfe ist da!

ChatGPT wird es nicht überflüssig machen. Abnung von Marketingtexten zu haben

# Prompt für starke TextEinstiege

## Prompt 1:

Nenne fünf Wünsche / Sorgen / Probleme, die [Zielgruppe eintragen] typischerweise haben.

## Prompt 2:

Nenne fünf frustrierte/hoffnungsvolle Aussagen, die diese Menschen typischerweise treffen.

## Prompt 3:

Texte auf dieser Basis den Einstieg für eine Salespage, die [xxx] verkaufen soll. Hole die Zielkunden bei ihren Problemen/Wünschen ab. Beschränke dich auf 100 Wörter. Texte grafisch.



# Challenge #6: Zielgruppe beim Problem abholen



 Harvard Business manager

**Ich**



**Was springt denn  
dabei für mich raus???**

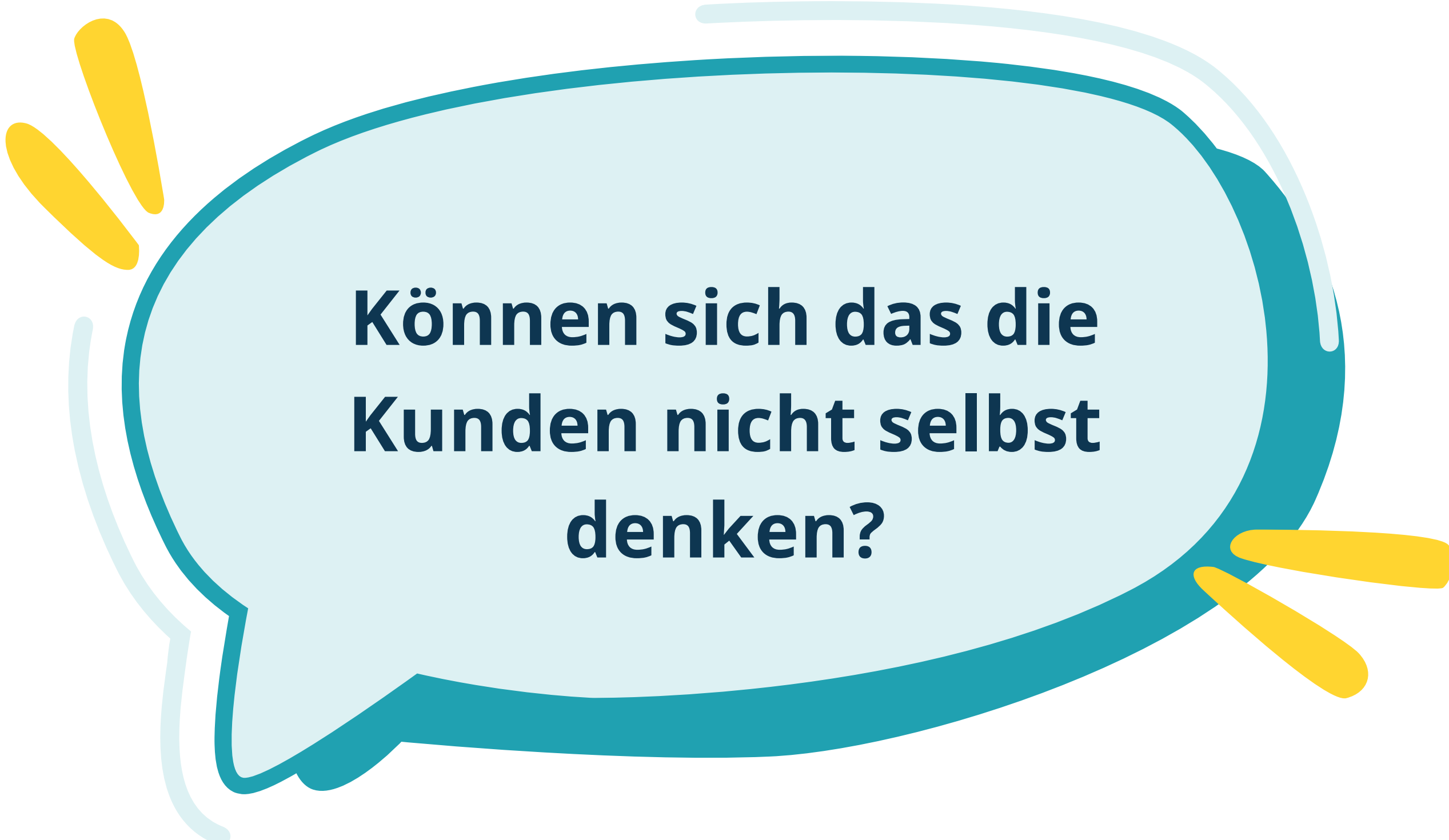
**Erfolgreiche Salestexte  
machen attraktive  
Nutzenversprechen!**

**Denn Kunden kaufen nicht  
deine Leistung.**

**Sie kaufen das Ergebnis.**



**impulse**



**Können sich das die  
Kunden nicht selbst  
denken?**



**Der Websitebesucher soll sofort verstehen, was er von deinem Angebot hat**

- auf dem Handy
- in der Bahn
- mit nem Kaffee in der anderen Hand

**Das Ziel deiner Website:  
ein „Haben wollen“-Gefühl  
auslösen.**



**Ein „Haben wollen“-Gefühl löst du aus, indem du konkret beschreibst, wie dein Kunde profitiert.**

# Typische Kundenvorteile

- Zeit sparen / Flexibilität gewinnen
- Geld sparen/Schnäppchen machen
- Erfolg
- Gesundheit
- Schönheit
- Sicherheit/Risiko vermeiden
- Mühelosigkeit/Komfort
- Anerkennung/Popularität

**Leistung**



**Kundenvorteil**

# Prompt für starke Nutzenversprechen

Du bist ein erfahrener Copywriter. Ich nenne dir nun 3 Leistungen, die zum Angebot [XXX] gehören. Übersetze diese Leistungen in Kundenvorteile, also beschreibe, wie die Kunden von dieser Leistung profitieren. Halte dich kurz.

# Extra-Prompt-Tipp

## **Prompt:**

Schreib, wie man spricht.



# Challenge #7: Leistungen in Kundenvorteile übersetzen

# Der Super-Prompt für Super-Faule

In meinem nächsten Prompt gebe ich Dir eine genaue Beschreibung meines neuen Produkts. Verwende diese Informationen, um einen verkaufsstarken Text für eine Produktseite zu erstellen. Der Text soll aus einer Überschrift bestehen, die den Produktnamen und ein Nutzenversprechen enthält. Danach folgt ein 100 Wörter langer Einleitungsteil, der den Zielkunden bei seinem Problem abholt, welche das Produkt lösen kann. Es folgen drei bis sieben Bulletpoints, die die wichtigsten Produktmerkmale beschreiben und jedes mal übersetzen, was diese für den Kunden für Vorteile bringen. Danach folgen fünf Bulletpoints, die die Vorteile des Produkts hervorheben. Am Ende steht eine Handlungsaufforderung, die den Besucher überzeugen soll, den nächsten Schritt zu gehen.



# Challenge #8: Komplette Salespage erstellen

**Hack: Salespages oder Produktseiten erstellen, die genau ins Schema passen.**

Analysiere den Text auf dieser Website [URL einfügen]. Identifiziere Tonalität, Aufbau und Struktur, Textlängen und wesentliche Inhalte, die für diese Website charakteristisch sind.

Erstelle basierend auf deiner Textanalyse nun einen neuen Text, der die Zielgruppe anspricht. Dafür gebe ich dir gleich alle Kontextinformationen, die du brauchst.



# Challenge #9: Sales-Mails erstellen

**Kunden kaufen nicht immer das günstigste und nicht das beste Angebot.**

**Sie kaufen das Angebot,  
das sie sofort verstehen**

**... beim Anbieter, dem sie vertrauen.**



**Was kann ich tun,  
um das Vertrauen  
in mein Angebot  
zu stärken?**

# „Trust“-Elemente

- Kundenstimmen
- Kundenbewertungen
- Garantien (Haltbarkeit, Verlässlichkeit, Pünktlichkeit, Best-Preis, , ...)
- Umtauschmöglichkeiten
- Gütesiegel
- (Preis-)Transparenz
- FAQ

# „Trust“-Elemente

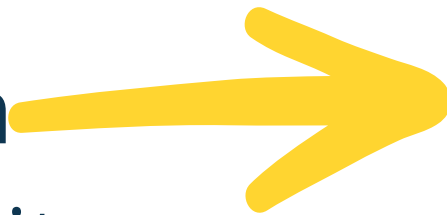
- Kundenstimmen
- Kundenbewertungen
- Garantien (Haltbarkeit, Verlässlichkeit, Pünktlichkeit, Best-Preis, , ...)
- Umtauschmöglichkeiten
- Gütesiegel
- (Preis-)Transparenz
- FAQ



Fasse diese Kundenstimmen knackig und aussagekräftig auf 400 Zeichen zusammen. Stelle heraus, welche konkreten Vorteile der Kunde durch das Produkt hatte.

# „Trust“-Elemente

- Kundenstimmen
- Kundenbewertungen
- Garantien (Haltbarkeit, Verlässlichkeit, Pünktlichkeit, Best-Preis, , ...)
- Umtauschmöglichkeiten
- Gütesiegel
- (Preis-)Transparenz
- FAQ



Welche 3 Online-Bewertungsportale sind in meiner Branche [Branche einfügen] am wichtigsten? Gebe mir zu jedem Portal zentrale Tipps, um als Anbieter viele positive Bewertungen zu erhalten und gefunden zu werden"

# „Trust“-Elemente

- Kundenstimmen
- Kundenbewertungen
- Garantien (Haltbarkeit, Verlässlichkeit, Pünktlichkeit, Best-Preis, , ...)
- Umtauschmöglichkeiten
- Gütesiegel
- (Preis-)Transparenz
- FAQ



Ich verkaufe [Produkt einfügen]. Nenne mir 10 kreative Garantien, die ich meinen Kunden bieten kann.

# „Trust“-Elemente

- Kundenstimmen
- Kundenbewertungen
- Garantien (Haltbarkeit, Verlässlichkeit, Pünktlichkeit, Best-Preis, , ...)
- Umtauschmöglichkeiten
- Gütesiegel
- (Preis-)Transparenz
- FAQ



Was sind typische Fragen, die Mensch typischer Weise haben, wenn sie [Angebot] kaufen/buchen/bestellen möchten.

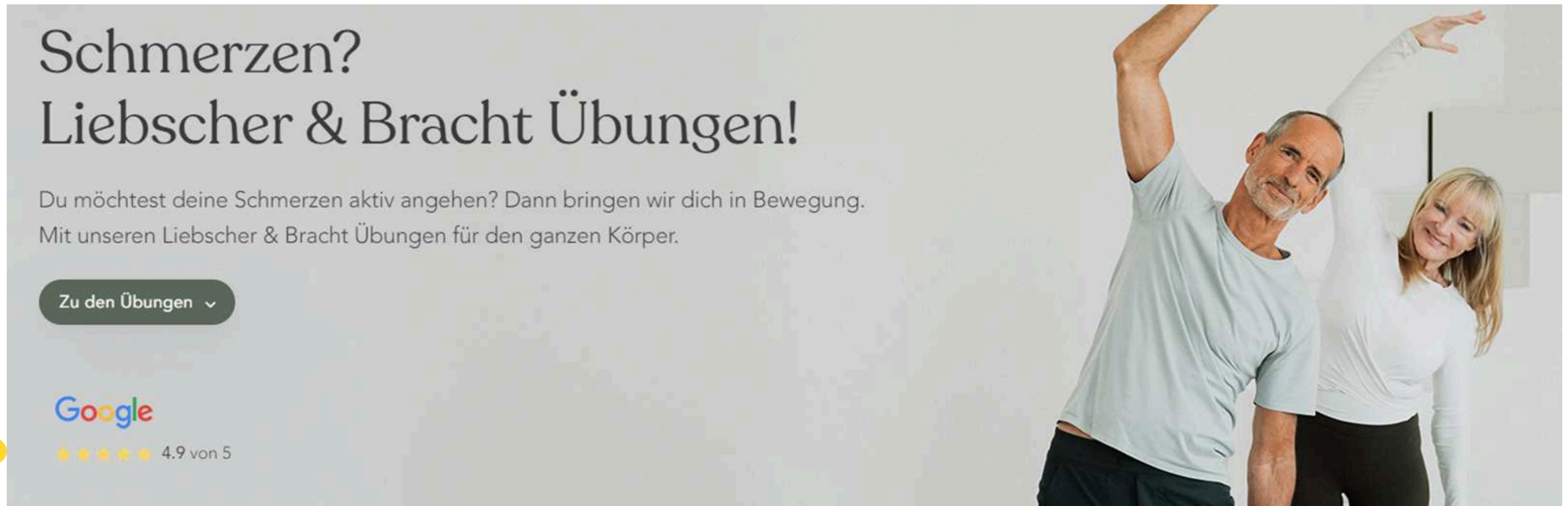
Was sind typische Sorgen und Bedenken, die Kunden im Zusammenhang mit [Angebot] haben?



# Challenge #10: FAQ erstellen

**„Soll ich wirklich meine Zielkunden  
noch auf ihre Bedenken  
aufmerksam machen?“**

# Tipp: Call-to-Action mit „Ja-Verstärker“ verbinden (Garantie, Bewertungen, Umtauschrecht, Siegel, ...)



Schmerzen?  
Liebscher & Bracht Übungen!

Du möchtest deine Schmerzen aktiv angehen? Dann bringen wir dich in Bewegung.  
Mit unseren Liebscher & Bracht Übungen für den ganzen Körper.

Zu den Übungen ▾

Google  
★★★★★ 4.9 von 5

# Tipp: Call-to-Action mit „Ja-Verstärker“ verbinden (Garantie, Bewertungen, Umtauschrecht, Siegel, ...)

[Hier geht es zur Anmeldung!](#)

Herzlich



**Nikolaus Förster**

Geschäftsführender Gesellschafter  
Impulse Medien



PS: Falls Sie noch unsicher sind: Wir geben eine **4-Wochen-Geld-Zurück-Garantie**.

# Tipp: Den Ja-Verstärker unter dem Button platzieren



Sofortiger Zugriff nach dem Kauf

# Tipp: Den Ja-Verstärker unter dem Button platzieren



# Tipp: Den Ja-Verstärker unter dem Button platzieren



# Tipp: Den Ja-Verstärker unter dem Button platzieren



# Tipp: Den Ja-Verstärker unter dem Button platzieren





# Qualitätskontrolle mit ChatGPT

# Texte redigieren

Du bist ein erfahrener Lektor. Überarbeite den folgenden Text so, dass er verständlicher ist/emotionaler ist/mehr der gesprochenen Sprache entspricht.

Stelle alle Änderungen, die du gemacht hast, in einer Tabelle der Originalversion gegenüber.

# Texte korrigieren

Führe eine Textkorrektur für den folgenden Text durch. Nutze dafür die Rechtschreib- und Grammatikregeln des Duden. Korrigiere alle Fehler:  
[Text]

# Websites analysieren

## **Prompt 1:**

Du bist ein erfahrener Marketing-Manager. Analysiere diese URL [XXX].  
Nenne mir 10 Punkte, die ich verbessern kann, damit die Website besser verkauft.

## **Prompt 2:**

Analysiere nun ausschließlich den Text. Mache konkret Vorschläge, wie ich den Text ändern kann, um besser zu verkaufen.



# Challenge #10: Analysiere deine Website

# So geht es morgen weiter

## Social-Posts, Blog-Posts, Newsletter: Texte, die Beziehungen aufbauen

- Themenideen entwickeln
- Contentpläne erstellen
- Texte für verschiedene Kanäle anpassen
- Texte für verschiedene Zielgruppen anpassen
- Darstellungsformen wechseln
- Individuelle GPTs erstellen
- Visuals mit Dall-E und Sora erstellen