

GESCHENK · SNORKELING DUCK

*5 KI-Prompts, die deine **Agentur** schneller machen.*

Direkt einsetzbar. Keine Theorie. Aus dem Kurs
„Tauchgang“ von Sebastian Sperber.

Warum dieses PDF existiert.

Die meisten Agenturen nutzen KI so: ChatGPT auf, schnellen Prompt rein, Copy-Paste raus. Das Ergebnis: generischer Output, der nach KI klingt – und danach zwei Stunden manuelles Nachbessern.

Was funktioniert: **strukturierte Prompt-Systeme**, die deine Marke, deinen Kunden und deinen Kanal verstehen.

Hier sind fünf davon – direkt einsetzbar, mit Platzhaltern, die du ausfüllst. Jeder Prompt ist so gebaut, dass du ihn einmal anpasst und dann wochenlang wiederverwendest.

„Niemand hat einen Mangel an Tools. Alle haben einen Mangel an System.“

→ **So nutzt du das PDF:** Jeden Prompt einmal komplett lesen, Platzhalter in eckigen Klammern ausfüllen, in Claude Projects oder ChatGPT Custom GPT als Vorlage speichern. Ab dann: ein Klick statt ein neues Prompt tippen.

01 Der Content-Brief.

STRUKTUR FÜR JEDEN CONTENT-AUFTRAG, DEN KI VERSTEHT

Agiere als Content-Strategin einer kleinen Agentur.

Kontext:

- Kunde: **[Kunde + 1-Satz-Beschreibung]**
- Zielgruppe: **[Zielgruppe + Schmerzpunkt]**
- Markenton: **[3 Adjektive, z.B. direkt, humorvoll, kompetent]**
- Kanal: **[z.B. LinkedIn, Instagram Reel, Blog]**
- Ziel: **[z.B. Leads, Awareness, Engagement]**

Aufgabe:

Entwickle 3 Content-Ideen, die dem Markenton entsprechen und den Kanal-Code respektieren.

Format je Idee:

- Hook (1 Satz, maximal 12 Wörter)
- Kern-Aussage (1 Absatz, max. 60 Wörter)
- Call-to-Action (1 Satz)

Keine Buzzwords. Keine Füllsätze. Konkret statt abstrakt.

→ **Tipp:** Sobald du einmal einen guten Output hast, speichere den kompletten Prompt + Output als Vorlage in Claude Projects oder als Custom GPT. Ab sofort ist der Brief-Prozess ein Klick statt ein Absatz.

02 Das Meeting-Protokoll.

AUS 60-MINUTEN-AUFNAHME EIN FERTIGES PROTOKOLL IN UNTER 60 SEKUNDEN

Ich gebe dir gleich ein Meeting-Transkript. Erstelle daraus ein strukturiertes Protokoll in folgendem Format:

1. Kontext (2 Zeilen: wer war dabei, was war das Thema)
2. Entscheidungen (Liste, jede in 1 Satz)
3. To-Dos (Tabelle: Was / Wer / Bis wann)
4. Offene Fragen (Liste)
5. Nächste Schritte (3 Bullets)

Regeln:

- Keine Spekulation – nur was tatsächlich gesagt wurde
- Bei Unklarheit: „[Unklar – bitte klären]“ schreiben
- Alles in Sie-Form
- Maximal 1 Seite

Transkript:

[HIER EINFÜGEN]

→ **Tipp:** MacWhisper oder Apples Sprachmemo → Transkript lokal erzeugen → direkt in Claude. Das Protokoll steht bevor der Kunde den Besprechungsraum verlassen hat. Kein Cloud-Upload, DSGVO-sauber.

03 Der Angebots-Kickstart.

AUS NOTIZEN VOM ERSTGESPRÄCH EIN ANGEBOTS-GERÜST

Du bist Vertriebsberater für kleine Agenturen.

Ich hatte ein Erstgespräch mit einem potenziellen Kunden.
Hier meine Notizen:

[NOTIZEN HIER EINFÜGEN]

Erstelle daraus:

1. Projekt-Zusammenfassung (max. 3 Sätze)
2. Ziel des Kunden (was will er wirklich – nicht was er sagt)
3. Drei Lösungsansätze (A = minimal, B = solide, C = premium)
Je Ansatz: Leistungen, geschätzter Aufwand in Tagen
4. Erwartbare Einwände (3 Stück, mit Antwort-Vorschlag)
5. Empfehlung (welchen Ansatz vorschlagen und warum)

Gib mir das als kompakte Zusammenfassung – kein Marketing-Sprech.
Stundensatz-Kalkulation mache ich selbst.

→ **Tipp:** Für Bestandskunden Kontext ergänzen: „Bisherige Projekte: X, Y, Z. Preis-Wahrnehmung: mittel.“ Die Qualität der A/B/C-Staffelung steigt dramatisch.

04 Der Update-Report.

WOCHENUPDATE, DAS KUNDEN TATSÄCHLICH LESEN

Schreibe einen Kunden-Update-Report zum Projekt „[PROJEKTNAME]“.

Kontext:

- Was wurde diese Woche gemacht: [LISTE]
- Was läuft nächste Woche: [LISTE]
- Was braucht Input vom Kunden: [LISTE]

Format:

- Maximal 150 Wörter
- Überschrift: „Update KW [X] – [Projektname]“
- Drei Absätze: Erledigt / Kommt / Brauche von dir
- Ton: freundlich, selbstbewusst, direkt – kein Corporate-Sprech
- Abschluss: 1 konkrete Frage oder Bitte

Wenn ein Absatz keine neuen Infos hat: weglassen, nicht auffüllen.

→ **Tipp:** Pro Kunde einen Claude-Projects-Space anlegen, mit Projekt-Historie und Markenton. Claude kennt dann Kontext und Sprache.

05 Der Style-Guide-Baustein.

EINMAL DEFINIEREN, ÜBERALL WIEDERVERWENDEN

Ich stelle dir jetzt die Marke meines Kunden vor.
Daraus baust du einen kompakten Style-Guide, den du für
alle zukünftigen Aufträge als Kontext nutzt.

Marke: **[Name]**

Kernaussage: **[1 Satz, was die Marke tut]**

Zielgruppe: **[max. 2 Sätze]**

Mach daraus:

1. Ton-Regeln (5 Bullets: was ist erlaubt / was nicht)
2. Wording-Do's (Wörter, die gern verwendet werden)
3. Wording-Dont's (Wörter, die NIE verwendet werden)
4. Satzbau (kurz/lang, aktiv/passiv, Du/Sie)
5. Beispielsatz (derselbe Gedanke – einmal korrekt, einmal daneben)

Speichere das als interne Referenz. Ab jetzt werde ich dich bei
Texten für diese Marke fragen: „Folge dem Style-Guide von [Marke].“

→ **Tipp:** In Claude Projects oder Custom GPT speichern – einmal erstellen, ewig nutzen.
Jeder neue Text für diese Marke kostet ab dann 80 % weniger Zeit.

DEIN NÄCHSTER SCHRITT

Hol dir den vollständigen Kurs.

4 Module · Fertige Vorlagen · Ab 297 €

Kein Abo, ein Preis, lebenslanger Zugriff.

sebastian-sperber.de/tauchgang

© 2026 Sebastian Sperber

Mediengestalter · Art Director
Röthenbach a.d. Pegnitz · Bayern

Kleinunternehmer nach §19 UStG
Keine Mehrwertsteuer ausgewiesen

sebastian-sperber.de/tauchgang