

Raphael Remhof Alessa Prochaska

SCHWERELOS VERKAUFEN

So baust du deine Sales Rocket



**Frankfurter
Allgemeine
Buch**

Hinweis

Wir sind uns bewusst, dass die Haltung zum Thema Gendern durchaus vielfältig ist. In dieser Publikation haben wir zugunsten einer besseren Lesbarkeit hauptsächlich das generische Maskulinum verwendet, womit wir immer zugleich weibliche, männliche und diverse Personen meinen.



**Frankfurter
Allgemeine
Buch**

© Fazit Communication GmbH
Frankfurter Allgemeine Buch
Pariser Straße 1
60486 Frankfurt am Main
buch@fazbuch.de

Satz: Jan Walter Hofmann

INHALT

7	Turbocharge mit KI: Wie Künstliche Intelligenz unsere <i>Sales Rocket</i> beschleunigt	265
7.1	Wie funktioniert KI?	270
7.2	Prompting – was ist das?	277
7.3	Die <i>ROCKET</i> -Formel: effektives Prompting für Künstliche Intelligenz	283
7.4	Verschiedene KI-Tools und Anwendungen – die coolsten Innovationen im Überblick	289
7.5	Anwendungsbeispiele von KI im Funnel	295
7.6	Die Rolle der KI in der <i>Sales Rocket</i>	297

7 TURBOCHARGE MIT KI: WIE KÜNSTLICHE INTELLIGENZ UNSERE SALES ROCKET BESCHLEUNIGT

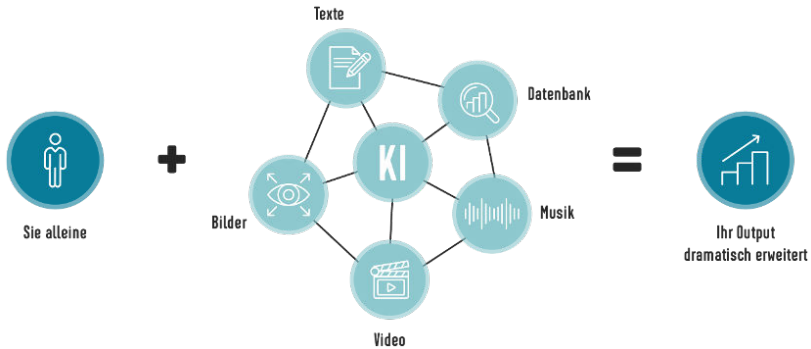
Die Kommunikation zwischen menschlichen Intelligenzen ist schon ein Akt für sich, nun treten wir zusätzlich auch mit Künstlicher Intelligenz (KI) in Kontakt. Künstliche Intelligenz ist ein starkes Werkzeug, um unsere *Sales Rocket* zu beschleunigen. Sie bietet uns die Möglichkeit, unsere Prozesse in allen Bereichen des Marketings und Vertriebs schneller, kreativer und effizienter zu gestalten und somit eine bessere Rakete zu bauen.

Wir denken also bei KI nicht nur an ein rein technisches Hilfsmittel. Sie ist eine Quelle für Inspiration, die uns dabei unterstützt, die richtigen Inhalte zu kreieren, gezielte Kampagnen zu starten und erfolgreiche Sales-Aktivitäten zu planen. Sie soll wie unser dritter Arm agieren.

Raphael & Alessa: KI wird Menschen helfen, ihren Output drastisch zu steigern und vor allem kreativer zu sein. Sie nimmt einen Teil der mühsamen und repetitiven Arbeiten ab und lässt so mehr Raum und Zeit, Neues zu gestalten.

Abb 50

Selbst die Landung auf dem Mond wird von dieser Technologie in den Schatten gestellt. Sie revolutioniert nicht nur viele Branchen, sondern



Mensch + KI = dramatisch mehr Output

kann uns auch beim authentischen Verkaufen unterstützen. Doch, bevor wir in die Weiten der Künstlichen Intelligenz düsen, gibt es einen kurzen Einblick in ihr Getriebe.

Was ist Künstliche Intelligenz (KI)?

Zusammenfassend: Künstliche Intelligenz (KI oder auch Englisch: AI für Artificial Intelligence) bezieht sich auf die Fähigkeit von Maschinen, menschenähnliche Intelligenzleistungen zu erbringen. Dies umfasst unter anderem das Lernen aus Daten (Deep Learning & Machine Learning), die Verarbeitung natürlicher Sprache (Natural Language Processing), die Erkennung von Mustern (Pattern Recognition) und die Entscheidungsfindung. Diese Technologien ermöglichen es Maschinen, Menschen bei unzähligen Aufgaben zu unterstützen.⁴²

So auch bei unserer Reise mit der *Sales Rocket*. Einerseits kann uns die KI beim Aufbau unserer Bauteile helfen, andererseits kann sie auch bei den verschiedenen Aktionen im Sales Funnel unterstützen. Die

⁴² Vgl. Fraunhofer-Institut für Kognitive Systeme IKS: Künstliche Intelligenz (KI) und maschinelles Lernen, <https://www.iks.fraunhofer.de/de/themen/kuenstliche-intelligenz.html>

Informationen aus den Bauteilen und die Planung der Schritte, die zur Landung eingeleitet werden, bilden ein gutes Fundament für die Arbeit mit KI. So entsteht bei einem gut geführten Dialog mit der Maschine ein wertvolles Hin und Her. Ähnlich wie mit einem Sparringpartner. Wir müssen verschiedene Perspektiven in unsere Botschaften integrieren und da ist ein digitaler Helfer kein Fehler.

Hier ein kleiner Überblick, wie wir Astronauten mit KI arbeiten können:

1. **Datenanalyse und Vorhersagen:** Um Muster und Trends zu identifizieren, ist es der KI möglich, eine große Anzahl von Verkaufsdaten auszuwerten. Vertriebsteamer können ihre Strategien optimieren und ihre Ressourcennutzung verbessern, indem sie KI-Techniken wie Predictive Analytics nutzen, um zukünftige Verkaufschancen vorherzusagen.
2. **Personalisierung und Kundensegmentierung:** Kundendaten können von KI analysiert werden, um individuelle Verhaltensmuster und Vorlieben zu identifizieren. Dies gestattet eine äußerst individualisierte Ansprache und maßgenaue Offerten, wodurch die Kundenbindung und -zufriedenheit gesteigert werden.
3. **Automatisierung von Routineaufgaben:** Es gibt KI-basierte Automatisierungstools, die Routineaufgaben, die viel Zeit in Anspruch nehmen, übernehmen können. Dazu gehört das Organisieren von E-Mails, das Arrangieren von Terminen und das Aktualisieren von CRM-Systemen. Dadurch haben Vertriebsmitarbeiter mehr Zeit, um sich auf strategische Aktivitäten zu konzentrieren.
4. **Chatbots und virtuelle Assistenten:** Durch KI gestützte Chatbots können Kundenanfragen jederzeit beantwortet und einfache Probleme gelöst werden. Das führt zu einem verbesserten Kundenservice und zu einer gesteigerten Effizienz des Vertriebsteams.

5. **Lead Scoring:** Durch maschinelles Lernen kann KI potenzielle Kunden bewerten und priorisieren (Lead Scoring), basierend auf der Wahrscheinlichkeit, mit der sie einen Kauf abschließen. Dies unterstützt Vertriebsmitarbeiter dabei, sich auf die vielversprechendsten Leads zu fokussieren.

Alessa: Am besten arbeitet man MIT der Künstlichen Intelligenz zusammen und denkt nicht, die KI arbeitet FÜR einen. Garbage in, Garbage out. Die Künstliche Intelligenz braucht stabile Informationen, um uns in der Kommunikation helfen zu können. Denn es ist wie im menschlichen Gespräch: Wenn wir nicht klar ausdrücken können, was wir meinen, wird man uns leider nicht verstehen. Egal ob Mensch oder Maschine.

Content-Erstellung und -Optimierung

KI vereinfacht die Erstellung von Verkaufsbotschaften, Creatives und Inhalten. Wir sehen sternenklar: In der Ära der Digitalisierung und des datengetriebenen Marketings nimmt die Künstliche Intelligenz eine zunehmend zentrale Rolle in der Gestaltung unserer Strategien ein. So ist die KI schon heute ein unverzichtbares Werkzeug in der modernen Marketinglandschaft. Sie hilft nicht nur bei der Analyse von Daten und der Optimierung von Kampagnen, sondern ist auch ein kreativer Antrieb, der uns dabei unterstützt, schneller und effizienter an unser Ziel zu gelangen.

Gerade mit Entwicklungen der Agentic-KI, wie zum Beispiel dem Operator, wird die KI uns immer mehr unterstützen können und bald auch eigenständig mehr Aufgaben für uns lösen können. Agentic-AI bezeichnet KI-Systeme, die nicht nur reagieren, sondern eigenständig Ziele verfolgen, Entscheidungen treffen und dabei proaktiv handeln. Sie

agieren wie „digitale Agenten“, die auf Basis von Vorgaben selbstständig komplexe Aufgaben ausführen und Prozesse steuern können.

In diesem Abschnitt beleuchten wir die vielfältigen Funktionen und Vorteile der Künstlichen Intelligenz mit einem Fokus auf generative KI. Wir zeigen auf, wie sie uns bei der Entwicklung von Kampagnen, der Gestaltung kreativer Inhalte, der Erstellung von Bild-Postings, der Ideengenerierung und vielen weiteren Aspekten unterstützen kann. Wir erläutern zudem, wie man in generativen KI-Anwendungen richtig „promptet“ – also Anfragen stellt. Schließlich ist auch sie „nur“ ein Tool und muss richtig genutzt werden, bevor man Wunder erwarten kann.

Einer der größten Vorteile der KI ist ihre Fähigkeit, die Content-Erstellung zu revolutionieren. Wo es früher Tage dauerte, eine Kampagne zu entwickeln, können heute mit KI-Tools wie Midjourney beeindruckende visuelle Inhalte in wenigen Minuten entstehen. Egal, ob es darum geht, Bilder für Social Media zu erstellen, ein visuelles Konzept für eine neue Kampagne zu entwerfen oder die Bildsprache einer Marke weiterzuentwickeln. ChatGPT kann eingesetzt werden, um Texte wie Blogbeiträge, Ideen und Anzeigen zu entwickeln, die gezielt auf unsere Ziele, Tonalität und Marke abgestimmt sind: KI bringt uns schneller zu kreativen und maßgeschneiderten Lösungen.

KI bringt auch bei der Optimierung von Anzeigenkampagnen enorme Vorteile. Durch die Analyse der Kampagnenleistung in Echtzeit können Anzeigen besser auf die Bedürfnisse der Dialoggruppe abgestimmt und laufend angepasst werden. So wird sichergestellt, dass die richtigen Inhalte zur richtigen Zeit ausgespielt werden, um auf der Reise zu unserem Planeten maximale Wirkung zu erzielen. Dies steigert nicht nur die Effizienz, sondern auch den Erfolg, indem die KI gezielt analysiert, welche Anzeigenvariationen am besten performen.

Auch die Content-Vorbereitung, sei es für Blogartikel, Newsletter oder Social-Media-Beiträge, wird durch KI deutlich vereinfacht. Die KI unterstützt uns dabei, schnell und zielgerichtet Inhalte zu erstellen, die den Ton und die Bedürfnisse unserer Dialoggruppe genau treffen. So wird die Generierung von Inhalten beschleunigt und gleichzeitig qualitativ verbessert.

KI bietet außerdem die Möglichkeit, kreative Sales-Kampagnen in kürzester Zeit zu entwickeln. So können wir mehr testen und schneller Daten generieren, um unseren Kurs zu korrigieren. Manuelle A/B-Tests und stundenlanges manuelles Arbeiten an Texten und Bildern übernimmt die KI. Durch die Automatisierung vieler wiederkehrender Aufgaben bleibt mehr Raum für strategisches Denken und die Entwicklung von langfristigen Erfolgsstrategien.

Die KI macht unsere *Sales Rocket* also nicht nur schneller, sondern auch smarter. Sie hilft uns, die richtigen Entscheidungen zur richtigen Zeit zu treffen, Inhalte zu personalisieren und gezielte Kampagnen zu fahren. KI gibt uns die Möglichkeit, Ressourcen effizienter zu nutzen und die *Sales Rocket* mit voller Kraft in Richtung Erfolg zu katapultieren.

7.1 Wie funktioniert KI?

Künstliche Intelligenz ist die Fähigkeit von Maschinen und Programmen, Aufgaben zu übernehmen und umzusetzen, die normalerweise menschliches Denken erfordern. Es gibt zwei Typen von KI, die für das Marketing und die Kommunikation von Bedeutung sind: konversationelle KI und generative KI. Beide arbeiten mit verschiedenen Technologien, die es ihnen ermöglichen, auf unterschiedliche Weise auf Nutzerbedürfnisse einzugehen.

Konversationelle KI

Konversationelle KI bezieht sich auf Systeme, die menschliche Gespräche simulieren und dadurch interagieren. Anwendung findet sie zum Beispiel in Chatbots, Sprachassistenten und Kundenservice-Tools.

Natural Language Processing (NLP): Dies ist die Fähigkeit von KI, menschliche Sprache zu verstehen, zu verarbeiten und darauf zu antworten. NLP analysiert den Kontext und die Bedeutung von Wörtern, um relevante und verständliche Antworten zu generieren.

Machine Learning (ML): ML ist der Prozess, durch den KI fortlaufend aus früheren Interaktionen lernt, um immer genauere Antworten und Vorhersagen zu liefern. Mittels ML, insbesondere durch Deep Learning, wird die konversationelle KI anfänglich durch eine Vielzahl von Beispielen, Gesprächen und Transkripten trainiert. Zur kontinuierlichen Verbesserung wird das sogenannte Feintuning eingesetzt. Dabei wird das Modell feinjustiert, um auch auf neue Daten adäquat reagieren zu können.

Dialogue Management: Hier wird festgelegt, wie eine KI Gespräche führt, welche Informationen sie als wichtig erachtet und auf welche Weise sie Entscheidungen trifft, um sinnvolle Unterhaltungen sicherzustellen.

Speech Recognition and Synthesis: Es handelt sich um Technologien, die Sprache in Text (Speech-to-Text) und Text wieder in Sprache (Text-to-Speech) umwandeln. Nutzer können ihre Anfragen auf verbale Weise formulieren und erhalten gesprochene Antworten darauf.

Context Awareness: Um exakte und sinnvolle Antworten zu geben, selbst in komplizierteren oder andauernden Gesprächen, begreift und speichert die KI den Kontext des Austauschs.

Generative KI

Generative KI bezieht sich auf Systeme, die eigenständig kreative Inhalte erzeugen, darunter fallen Text, Bilder, Videos oder Musik. Diese Form

der KI hat in den letzten Jahren enorme Fortschritte gemacht und wird für die Erstellung von Marketing-Content immer wichtiger.

Text Generation: KI kann Texte wie Blogbeiträge, Produktbeschreibungen oder Social-Media-Posts automatisch generieren, basierend auf wenigen Daten.

Image and Video Generation: Tools wie Midjourney können Bilder und Videos erstellen, die auf speziellen Anforderungen basieren und visuell ansprechend sind.

Music and Audio Generation: Generative KI kann auch Musik und Soundtracks erstellen, die für Werbung, Podcasts oder Videos verwendet werden können.

Data Augmentation: Durch das Erstellen neuer Datensätze aus bereits bestehenden Daten hilft KI, Trainingsdatensätze für maschinelles Lernen zu erweitern und so bessere Vorhersagen zu ermöglichen.

Design and Creativity: KI unterstützt Designer, indem sie zum Beispiel Designvorschläge macht und kreative Konzepte entwickelt, die schnell und effizient umgesetzt werden können.

Grundlegende Unterschiede

Während konversationelle KI darauf ausgerichtet ist, mit Menschen in natürlicher Sprache zu kommunizieren, erschafft man mit der generativen KI neue und kreative Inhalte. Beide Technologien bieten enorme Vorteile für Unternehmen: Konversationelle KI kann uns zum Beispiel dabei helfen, den Kundenservice und die Interaktion mit unserem fremden Planeten zu optimieren, während generative KI bei der kreativen Arbeit unterstützt: von der Strategieerarbeitung über die Textproduktion bis zur visuellen Gestaltung.

In der *Sales Rocket* setzen wir beide Arten von KI ein, haben aber einen stärkeren Fokus auf die generative KI. Um effizienter zu arbeiten, gezieltere

Kommunikation zu entwickeln und leichter unsere Dialoggruppe anfliegen zu können, setzen wir als smarte Astronauten auf generative KI.

3, 2, 1 los – wir fangen jetzt an, unseren *Rocket Funnel* mit KI zu verbessern und langfristig noch effizienter zu machen. Damit das gelingt, braucht es ein wenig theoretisches Wissen. Schließlich wollen wir nicht nur verstehen, was wir machen, sondern auch, warum.

Verbindung zu Large Language Models (LLMs)

Ein zentrales Element, auf dem beide KI-Arten basieren, sind die Large Language Models (LLMs) wie GPT-4. Diese Modelle besitzen die Fähigkeit, menschliche Sprache zu verstehen und zu erzeugen. Dies stellt einen bedeutenden Fortschritt dar und erklärt, weshalb Künstliche Intelligenz für den Menschen so nützlich ist. Es bildet das Fundament für die kreativen Leistungen sowohl der konversationellen als auch der generativen KI. LLMs können:

Texte verstehen und generieren: Sie sind in der Lage kohärente und relevante Texte zu generieren, die auf Eingabedaten basieren. Dies ist besonders wichtig für die Textgenerierung und das Beantworten von Anfragen in natürlicher Sprache.

Kontextbewusstsein: LLMs erkennen den Kontext eines Gesprächs oder einer Anfrage und geben darauf basierend präzise und relevante Antworten.

Kreative Inhalte erstellen: Auch wenn die LLMs nicht für ihre Kreativität, sondern für ihre smarte Wissensspeicherung bekannt sind, fängt doch bei diesen Modellen Kreativität an. Informationen schaffen Kreativität.

Das Beste aus beiden Welten

Die Möglichkeiten scheinen unendlich. Doch es ist auch wichtig, sich zu erinnern, dass die KI noch mit und nicht für den Menschen arbeitet.

Wir setzen stets auf das hybride Miteinander, um den verbindenden und menschlichen Aspekt nicht aus den Augen zu verlieren. Denn wir gehen davon aus, dass außergewöhnliche Ergebnisse nur in einer Symbiose möglich sind. Und das ist das, was wir wollen. Ohne eine zündende Idee, ohne das menschliche Ideenfeuer wird auch kein Funke beim KI-generierten Wort überspringen. Deswegen ist der hybride Ansatz „the way to go“. Oder besser gesagt „to fly“. Auch mit der Entwicklung der Agentic-KI wird der Mensch immer eine zentrale Rolle einnehmen, da wir ja Kommunikation für Menschen machen.

Beispiel zflys (Kommunikationsberatung von Alessa): *Alessa erarbeitet zuerst die strategische Basis mit ihren Kunden, bevor sie die zflys-KI-Plattform positioniert. Weil man beim „echten“ Gespräch live und in Farbe sehr viel mehr Eindrücke, Bedürfnisse und Wünsche erkennen kann als im „digitalen“. Also besuchen die Kommunikatoren die Unternehmen vor Ort, egal wo, erarbeiten dann das kommunikative Fundament und versiegeln das dann im „Hirn“ ihrer Künstlichen Intelligenz. So wird der Mix der Kreativität möglich.*

Und der Mix muss aus menschlicher und Künstlicher Intelligenz bestehen. Das war schon damals so: ELIZA, der erste Chatbot, wurde 1966 von Joseph Weizenbaum entwickelt, um die Möglichkeiten der Mensch-Maschine-Kommunikation zu erforschen. Sie simulierte einen Psychotherapeuten und nutzte die Prinzipien der personenzentrierten Therapie, um einfache Dialoge zu führen. ELIZA war ein bedeutender Schritt in der Entwicklung von KI-Systemen, die in der Lage sind, menschliche Interaktionen nachzuahmen. ELIZA wurde entwickelt, um zu zeigen, dass Maschinen menschliche Kommunikation verstehen und darauf reagieren können. Sie diente als frühes Beispiel dafür, wie Computer genutzt werden, um einfache, aber bedeutungsvolle Dialoge zu

führen, was heutzutage die Basis für den Einsatz von KI in der Kommunikation darstellt.⁴³

Daraus haben sich Prinzipien entwickelt, an die man sich halten sollte, um die Dialoge mit Maschinen besser zu führen oder zu verstehen.

Prinzipien der Kommunikation mit Chatbots

- **Relevanz:** Der Dialog mit Chatbots sollte stets relevant und zielgerichtet sein, um die Benutzererfahrung zu optimieren. Der Fokus sollte darauf liegen, Unzusammenhängendes und Nebenaspekte zu vermeiden.
- **Präzision der Prompts:** Je genauer die Anfragen an einen Chatbot formuliert sind, desto deutlicher und nützlicher wird die Antwort ausfallen. Damit KI-gestützte Dialoge effektiv sind, ist eine eindeutige Kommunikation notwendig. Das gilt auch für Gespräche mit Menschen. Das ist uns jedoch bereits bekannt.
- **Fokussierung:** Beim Prompting sollten gezielt Themen vorgegeben und offene Fragen vermieden werden. Dadurch wird die Interaktion mit dem Chatbot effizienter und zielgerichteter.

Darum ist menschliche Kommunikation wichtig für den Dialog mit KI: Zwischenmenschliche Kommunikation bildet die Grundlage für den Erfolg der *Sales Rocket*, da sie es ermöglicht, auf die Bedürfnisse und Emotionen der Dialoggruppe einzugehen. So senden wir aus unserer *Sales Rocket* immer Botschaften aus, die auf emotionaler und sachlicher Ebene abholen. So erregen wir nicht nur Aufmerksamkeit, sondern bauen eine nachhaltige Beziehung auf, um im Verkaufsdialog zu überzeugen.

⁴³ Vgl. Katzlberger, Michael: ELIZA, der erste Chatbot der Welt, 31.08.2018, <https://katzlberger.ai/2018/08/31/eliza-der-erste-chatbot/#:~:text=ELIZA%20gilt%20als%20der%20erste,bereits%20in%20den%2050er%20Jahren>

So geht hybride Kommunikation: KI und Mensch

Die analoge Kommunikation kann von der digitalen zwar nicht ersetzt, aber erweitert werden. Deshalb baut zflys der Marke des Unternehmens oder der Eigenmarke einen stabilen römischen Tempel. All das passiert mit den wichtigsten Stakeholdern der Kommunikation. Schließlich geht es darum herauszufinden, wie die gesamte Unternehmung auf dem fremden Planeten landen kann. Der erste Schritt, den Loop der Kommunikation aufzubauen, ist immer ein analoger Workshop vor Ort, in dem wir den individuellen Kommunikations-Kodex erstellen.

Dieser Kodex gibt der Marke eine Stimme. Der zweite Schritt, das Senden der Nachricht nach außen, erfolgt aus der Symbiose der eigenen KI-Plattform und dem Team von zflys. Botschaften sollten, wie wir gelernt haben, stets gut überlegt sein: Was wollen wir wem, wie und wo sagen? Haben wir unsere Inhalte erstellt und sie versendet, müssen wir beim Feedback die Ohren spitzen. Denn die Reaktion des Gegenübers schließt den Loop und lässt ihn auch wieder neu starten. Dieses Feedback ist essenziell für den Erfolg der Kommunikation. Deshalb trackt die KI-Plattform von zflys auch die Rückantwort in Form von Likes, Views, Anmeldungen und Klicks. So ist eine hybride Kommunikation innerhalb und außerhalb des Unternehmens möglich und sinnvoll. Denn alle Informationen sind für das gesamte Team zugänglich und datensicher. Durch dieses Zusammenspiel aus allen gängigen LLMs, des Kodex und der Einfärbung der allgemeinen Daten aus dem Internet durch das zflys-Metahirn hat man seinen Partner in Crime für Kommunikation an der Seite. Denn kreative und aufbauende Gespräche brauchen wir im Dialog mit den Mitarbeitenden genauso wie mit unseren fremden Planeten im Verkaufsdialog. So verbessern wir Inhalte, Headlines und Geschichten, aber auch Mitarbeitergespräche, Konfliktsituationen und die Zusammenarbeit im Team. Absichtlich kreieren wir so unseren eigenen Olymp der

Kommunikation, um digital und analog kreativ und resilient zu bleiben. Wir nutzen auf diesem Weg moderne Kommunikationsstrategien, um gezielt mit der Dialoggruppe zu interagieren, wodurch die Effizienz und Wirksamkeit von Verkaufsdialogen erhöht wird. Der Fokus liegt dabei auf klarer und authentischer Kommunikation, die das Vertrauen der Kunden stärkt und die Marke nachhaltig in den Köpfen der Menschen verankert.

Damit das alles möglich ist, müssen wir Menschen lernen, wie man mit einer Künstlichen Intelligenz kommuniziert. Wir haben schon beim Bau der *Sales Rocket* gesehen, dass eine stabile Basis extrem wichtig ist, vor allem, wenn man zu den Sternen will. So ist auch unser Ansatz beim Umgang mit KI. Und das bringt uns zum Prompting. Denn das ist die Art und Weise, wie wir uns mit der KI austauschen.

7.2 Prompting – was ist das?

Irgendwo müssen sich Mensch und Maschine treffen. Was bei Google das Eintippen der Suchanfrage ist, ist bei der Künstlichen Intelligenz der Prompt. Ein Prompt ist eine für eine KI formulierte Eingabe oder Anfrage, um eine definierte Aufgabe zu erledigen. Bei KI-Tools wie ChatGPT bezeichnet ein Prompt die spezifische Instruktion oder Anfrage, die die KI veranlasst, eine bestimmte Textart oder Antwort zu generieren. Zum Beispiel könnte ein Prompt lauten: „Schreibe eine Social-Media-Kampagne für unsere neuen Yogamatten.“

Dieser Prompt ist recht allgemein. Ich meine, was sollte eine dritte Person ohne zusätzliches Wissen darauf antworten? Wir sollten immer so viel Informationen wie möglich bereitstellen. Nur dann hat die KI auch genug „Fleisch“, um die Frage bestmöglich zu beantworten.

Warum ist es wichtig, dass ein Prompt spezifisch und nicht allgemein gehalten wird?

- 1. Präzise Ergebnisse:** Ein spezifischer Prompt liefert genauere und relevantere Antworten. Wenn die Anfrage klar und detailliert ist, kann die KI präzisere und nützlichere Informationen generieren.
Beispiel: „Erstelle eine Instagram-Anzeige für unsere neue Yogamatten-Kollektion, die den Fokus auf Nachhaltigkeit legt“ ist besser als „Erstelle eine Anzeige für unsere Yogamatten“.
- 2. Kontextualisierte Antworten:** Ein spezifischer Prompt gibt der KI den notwendigen Kontext, um die Anfrage besser zu verstehen und zu bearbeiten. Dies führt zu Antworten, die besser auf die Bedürfnisse und Erwartungen des Nutzers zugeschnitten sind.
Beispiel: „Erstelle ein E-Mail-Template für B2B-Kunden, die unsere Software *CRM Buddy* testen möchten“ gibt der KI mehr Kontext als „Erstelle ein E-Mail-Template“.
- 3. Mehrwert durch Tests:** Spezifische Prompts ermöglichen es, verschiedene Versionen einer Anfrage zu testen und so A/B-Tests durchzuführen. Dies hilft, die beste Version einer Kampagne oder eines Textes zu identifizieren bzw. zu optimieren.
Verschiedene spezifische Prompts können verwendet werden, um mehrere Varianten einer Werbekampagne zu erstellen und deren Effektivität zu vergleichen.

Die Spezifität eines Prompts ist entscheidend für die Qualität der von der KI generierten Ergebnisse. Klare und detaillierte Anweisungen ermöglichen es der KI, relevante und präzise Inhalte zu erstellen, die den Anforderungen des Nutzers besser gerecht werden. In der Marketing- und Vertriebswelt kann dies den Unterschied ausmachen zwischen einer erfolgreichen Kampagne und einer, die kaum Beachtung findet.

Prompt Engineering bezieht sich auf die Kunst und Wissenschaft, präzise Eingaben (Prompts) zu formulieren, um KI-Modelle wie Chatbots, Bildgeneratoren oder Texterstellungsprogramme effizient zu nutzen.

Raphael: Prompt Engineering ist das Beifügen aller relevanten Informationen, um den bestmöglichen Dialog mit der Maschine zu führen. Also etwas, das wir täglich machen, wenn wir etwas erfragen oder delegieren. Wenn ich zum Beispiel einen Kaffee will, dann kann ich folgendes sagen: „Einen Kaffee bitte“ – das lässt allerdings viel offen. „Einen entkoffeinierten Cappuccino mit Mandelmilch und Zimt ohne Zucker bitte“ – so bekomme ich genau das, was ich will.

Genauso, wie es im Gespräch mit einem Menschen ist, läuft es auch bei den Maschinen: Wir müssen beim Prompten wissen, was wir haben wollen, und das dann auch verständlich beschreiben. Denn wenn die Botschaft von der Maschine nicht „verstanden“ wird, bekommt man nicht den gewünschten Output. Die Qualität der Ergebnisse, die mithilfe von Künstlicher Intelligenz erzielt werden, beginnt bei der Wahl der Worte beim Prompten.

Raphael: Der Rest sind gewisse Taktiken wie Role Prompts oder Softwarelösungen wie der von offroad communications entwickelte Fastblog. Bei Fastblog haben wir mehrere Prompts und KI-Anwendungen miteinander verbunden, um durch crossmediale KI im SEO-Bereich bessere Gesamtergebnisse in kürzerer Zeit zu erzielen.⁴⁴

⁴⁴Mehr dazu siehe <https://brutkasten.com/artikel/fastblog-ai-von-wiener-agentur-erstellt-automatisiert-seo-content>

Wie gesagt ist das Prompten der Vorgang, durch den man eine KI anweist, eine Aufgabe zu erledigen. Das machen wir mit der Eingabe einer klaren und verständlichen Anweisung, die die KI verarbeitet, um daraufhin den entsprechenden Output zu liefern. Die Genauigkeit und Klarheit der Eingabe bestimmen die Qualität des Ergebnisses. Beim Prompten geht es ganz konkret darum, die richtige Balance zwischen Detailliertheit und Offenheit zu finden, sodass die KI genügend Informationen hat, um zielgerichtet zu agieren, aber gleichzeitig noch kreativ arbeiten kann. Zum Beispiel könnte ein Prompt für eine bildgenerierende KI-Anwendung so aussehen: „A picture of a young sorcerer with a surprised expression standing in a room full of books and potions. Many broomsticks with legs and arms are running around the room, they are carrying buckets of water. The floor is flooded.“

Abb 51



KI-generiertes Bild „Picture of a young Sorcerer“

Verschiedene Arten von Prompts

Es gibt verschiedene Arten von Prompts:

Offene Prompts: Diese Prompts bieten der KI viel Spielraum, um kreativ zu antworten. Sie sind nützlich, wenn man einen breiten oder kreativen Ansatz benötigt. Beispiel: „Erzähle eine Geschichte über eine Reise in den Weltraum.“

Spezifische Prompts: Diese geben klare, präzise Anweisungen und sind hilfreich, wenn man ein genaues Ergebnis erwartet. Beispiel: „Schreibe einen 5-Satz-Text über die Vorteile von Yoga.“

Fragebasierte Prompts: Hierbei handelt es sich um Prompts, die auf Fragen basieren, um Informationen abzurufen. Beispiel: „Was sind die Vorteile von Automatisierung in der IT-Branche?“

Anweisungsbasierte Prompts: Diese geben der KI eine spezifische Anweisung, eine Aufgabe auszuführen, z. B. die Erstellung eines Marketingtextes. Beispiel: „Schreibe einen Instagram-Post über ein neues Yoga-produkt mit einem Call-to-Action.“

Rollenbasierte Prompts (Role Prompts): Diese setzen die KI in eine bestimmte Rolle, um die Antworten aus einer bestimmten Perspektive zu bekommen. Beispiel: „Du bist ein UX-Designer. Erkläre, wie du die Nutzerfreundlichkeit einer Website verbessern würdest.“

Vergleichende Prompts (Comparative Prompts): Diese tragen der KI auf, zwei oder mehr Optionen zu vergleichen. Beispiel: „Vergleiche die Vor- und Nachteile von cloudbasierten und On-Premise-CRM-Systemen.“

Szenario-Prompts (Scenario Prompts): Hier wird der KI eine konkrete Situation gegeben, auf die sie reagieren soll. Beispiel: „Ein Kunde beschwert sich über eine verzögerte Lieferung. Wie würdest du in dieser Situation reagieren?“

Instruktions-Prompts (Instructional Prompts): Diese geben der KI die Anweisung, eine Schritt-für-Schritt-Anleitung zu einer Aufgabe zu

liefern. Beispiel: „Erkläre in fünf Schritten, wie man ein LinkedIn-Profil optimiert.“

Für präzise Ergebnisse sollte man die folgenden Prinzipien beachten:

Spezifität: Je klarer und spezifischer der Prompt, desto relevanter wird die Antwort. Beispiel: Anstatt „Erkläre E-Commerce“, kann man sagen „Erkläre, wie kleine Unternehmen ihre Umsätze durch E-Commerce steigern können.“

Kontext bereitstellen: Indem man der KI den richtigen Kontext gibt, kann sie passgenauere Antworten liefern. Beispiel: „Stelle dir vor, du bist Marketingexperte für eine nachhaltige Marke. Wie würdest du deren Werte kommunizieren?“

Schrittweise Verbesserung: Oft muss man den Prompt anpassen und verbessern, um das beste Ergebnis zu erzielen.

Beispiele für die Anwendung von Prompting

Die Anwendungsmöglichkeiten von präzisiertem Prompting sind vielfältig, ob für kreative Prozesse, technische Aufgaben oder datenbasierte Analysen:

Generierung von Texten: „Schreibe einen 500-Wörter-Artikel über die Bedeutung von SEO im Jahr 2030 in Verbindung mit Chatbots.“

Kreative Inhalte: „Erstelle eine fiktive Kurzgeschichte über eine futuristische Stadt voller Zauberer und Astronauten, die von KI verwaltet wird.“

Datenanalyse: „Erkläre die aktuellen Trends in der KI-Forschung anhand der letzten fünf Jahre und gib eine Prognose für die nächsten fünf Jahre.“

Prompt Engineering

Prompt Engineering ist eine Schlüsseltechnik für die effektive Nutzung von KI. Die Fähigkeit, präzise Anweisungen zu geben, führt zu relevanten und nützlichen Ergebnissen. Mit der richtigen Technik können

Unternehmen ihre Kommunikation, Kreativität und Produktivität auf ein neues Level bringen, weil sie so die Möglichkeiten der KI voll ausschöpfen. Beim Prompt Engineering kombiniert man verschiedene Prompts miteinander, um noch schneller durchzustarten. *„Prompt Engineering ist die Kunst und Wissenschaft, Prompts zu entwerfen und zu optimieren, um KI-Modelle, insbesondere LLMs, dazu zu bringen, die gewünschten Antworten zu generieren. Durch die sorgfältige Erstellung von Prompts stellen Sie dem Modell Kontext, Anweisungen und Beispiele zur Verfügung, die ihm helfen, Ihre Absicht zu verstehen und sinnvoll darauf zu reagieren. Betrachten Sie dies als eine Roadmap für die KI, die sie auf Ihr spezifisches Ergebnis hin lenkt.“*⁴⁵ Hierfür stellen wir gleich eine Formel vor, wie du besser und gezielter für die KI prompten kannst.

7.3 Die **ROCKET**-Formel: effektives Prompting für Künstliche Intelligenz

Um unsere *Sales Rocket* noch schneller zu machen, haben wir die *ROCKET*-Formel entwickelt. Mit der *ROCKET*-Formel schaffen wir eine klare Struktur, um zielgerichtete Prompts für die Künstliche Intelligenz zu formulieren und unsere Rakete noch schneller und besser zu machen. Dieses Modell hilft uns, die KI zielgenau anzuleiten und wertvolle Ergebnisse zu erzielen, ob in der Content-Erstellung, bei Marketingkampagnen oder kreativen Prozessen. *ROCKET* steht dabei für sechs Elemente: Role (Rolle), Objective (Zielsetzung), Content (Inhalt), Key

⁴⁵ Google Cloud, Prompt Engineering: Übersicht und Leitfaden, <https://cloud.google.com/discover/what-is-prompt-engineering?hl=de>

Insights (Schlüsselinformationen), Educate (Wissenstransfer) und Tone (Ton) des Prompts.

Die *ROCKET*-Formel

In der Welt der Künstlichen Intelligenz ist Prompt Engineering ein entscheidender Faktor, um die bestmöglichen Ergebnisse von Sprachmodellen wie ChatGPT zu bekommen. Wir haben die *ROCKET*-Formel entwickelt, um einen Leitfaden in der Hand zu haben, der uns strukturiert und zielgerichtet zum besten Ergebnis führt. So können wir die KI klar instruieren und hochwertige und relevante Antworten erhalten. Unsere praktische Erfahrung mit der Entwicklung und Nutzung von KI-Tools wird uns dabei helfen, effizienter und klarer mit Künstlichen (und vielleicht auch menschlichen) Intelligenzen zu kommunizieren. Dafür gehen wir jetzt genauer auf die einzelnen Komponenten der *ROCKET*-Formel ein und veranschaulichen das Ganze mit Beispielen.

R – Role (Rolle)

Definition: Definiere die spezifische Rolle oder Perspektive, die die KI einnehmen soll.

Zweck: Indem du der KI eine bestimmte Rolle zuweist, lenkst du ihre Antworten in eine gewünschte Richtung. Dies kann hilfreich sein, um den Stil, das Fachwissen oder die Perspektive der Antwort zu beeinflussen.

Beispiel: Handle als Social-Media-Strategie ...

Anwendung:

Marketingkontext: „Als erfahrener Marketingexperte, der sich auf E-Commerce spezialisiert hat, ...“

Technischer Support: „Agiere als IT-Support-Mitarbeiter und erkläre...“

Kreatives Schreiben: „Schreibe als professioneller Werbetexter einen Slogan für ...“

O – Objective (Zielsetzung)

Definition: Kläre das primäre Ziel oder das gewünschte Ergebnis.

Zweck: Ein klares Ziel hilft der KI zu verstehen, was du erreichen möchtest, und fokussiert ihre Antwort entsprechend darauf.

Beispiel: Erstelle ansprechenden Content, der den Verkauf fördert ...

Anwendung:

Verkaufsförderung: „Ziel ist es, die Verkaufszahlen unserer Produkte zu steigern ...“

Kundenbindung: „Erhöhe die Interaktion mit unseren Followern auf Social Media ...“

Information: „Vermittle den Lesern die Vorteile von nachhaltigen Materialien ...“

C – Content (Inhalt)

Definition: Welche Inhalte möchtest du kreieren, für wen und wo?

Zweck: Indem du spezifizierst, was erstellt werden soll, leitest du die KI an, das passende Format und den passenden Stil für die definierte Dialoggruppe zu verwenden.

Beispiel: Verfasse einen Social-Media-Beitrag ...

Anwendung:

Blogartikel: „Schreibe einen 500-Wörter-Artikel über ...“

Werbeanzeige: „Erstelle einen Werbetext für eine Facebook-Anzeige ...“

E-Mail-Newsletter: „Verfasse einen Newsletter, der unsere neuen Produkte vorstellt ...“

K – Key Insights (Schlüsselinformationen)

Definition: Hebe signifikante Punkte oder Alleinstellungsmerkmale hervor.

Zweck: Durch das Hervorheben von USPs oder wichtigen Details stellt die KI sicher, dass diese Informationen im Fokus stehen.

Beispiel: Fokussiere dich auf die umweltfreundlichen Vorteile ...

Anwendung:

Produktmerkmale: „Betone, dass unsere Yogamatten aus recycelten Materialien hergestellt sind ...“

Kundennutzen: „Hebe hervor, wie unsere Software die Produktivität um 30 % steigern kann ...“

Wettbewerbsvorteil: „Erkläre, warum unser Service schneller und zuverlässiger ist als der der Konkurrenz ...“

E – Educate (Wissenstransfer)

Definition: Gib wesentliche Informationen oder Details an, die die KI verwenden soll, um das Ergebnis zu verbessern.

Zweck: Zusätzliche Hintergrundinformationen ermöglichen es der KI, fundiertere und detailliertere Antworten zu geben.

Beispiel: Nutze Daten aus aktuellen Kundenfeedbacks ...

Anwendung:

Statistiken einbeziehen: „Verwende die neuesten Branchendaten, um Trends zu erläutern ...“

Kundenfeedback: „Integriere Testimonials von Kunden, die unsere Produkte lieben ...“

Produktdetails: „Erkläre die Funktionsweise unseres neuen Features im Detail ...“

T – Tone (Ton)

Definition: Definiere den Ton, um die Dialoggruppe emotional richtig abzuholen.

Zweck: Der richtige Ton und das passende Thema sorgen dafür, dass die Nachricht bei der gewünschten Zielgruppe ankommt und die Markenidentität widerspiegelt.

Beispiel: Verwende einen professionellen und ermutigenden Ton ...

Anwendung:

Tonalität: „Schreibe in einem freundlichen und inspirierenden Ton ...“

Sprachstil: „Verwende eine formelle Sprache, die für B2B-Kunden geeignet ist ...“

Thema: „Fokussiere dich auf Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein ...“

7.3.2 Anwendung der ROCKET-Formel

Good Vibes

Role: Handle als Social-Media-Manager.

Objective: Erhöhe die Markenbekanntheit und fördere den Verkauf unserer Yogamatten.

Content: Verfasse einen Instagram-Post.

Key Insights: Betone die umweltfreundlichen Materialien und das rutschfeste Design.

Educate: Nutze aktuelle Trends im Yogabereich und erwähne die Vorteile für die Gesundheit.

Tone: Verwende einen inspirierenden und motivierenden Ton, der bei jungen, umweltbewussten Menschen Anklang findet.

Kombinierter Prompt: „Erstelle als Social-Media-Manager einen inspirierenden Instagram-Post, der die Markenbekanntheit unserer

umweltfreundlichen Yogamatten steigert und den Verkauf fördert. Betone das rutschfeste Design und die nachhaltigen Materialien. Integriere aktuelle Yogatrends und hebe die gesundheitlichen Vorteile hervor. Sprich junge, umweltbewusste Menschen in einem motivierenden Ton an.“

CRM Buddy

Role: Agiere als Vertriebsleiter für B2B-Softwarelösungen.

Objective: Generiere Leads für unsere neue CRM-Software.

Content: Schreibe eine E-Mail zur Lead-Generierung.

Key Insights: Hebe hervor, wie unsere Software die Kundenbindung verbessert und Arbeitsprozesse effizienter gestaltet.

Educate: Nutze Fallstudien von Unternehmen, die bereits von unserer Lösung profitieren.

Tone: Verwende einen professionellen und überzeugenden Ton, der Entscheidungsträger in mittelständischen Unternehmen anspricht.

Kombinierter Prompt: „Schreibe eine professionelle und überzeugende E-Mail als Vertriebsleiter für B2B-Softwarelösungen zur Lead-Generierung für unsere neue CRM-Software. Hebe hervor, wie die Software die Kundenbindung verbessert und Arbeitsprozesse effizienter gestaltet. Integriere Fallstudien von erfolgreichen Unternehmen. Die E-Mail soll Entscheidungsträger in mittelständischen Unternehmen ansprechen.“

Absichtlich haben wir diese Beispiele einfach gehalten. Denn es geht darum, dass wir in Grundzügen verstehen, wie eine KI „denkt“. Die Gedanken, Worksheets und Worte, die wir auf unserer gemeinsamen Reise mit der *Sales Rocket* gesammelt haben, sind der beste Treibstoff für die Künstliche Intelligenz. Je mehr Information pro Formelbereich, desto besser kann das Ergebnis sein.

Tipps zur effektiven Nutzung der *ROCKET*-Formel

Klarheit ist entscheidend: Je präziser du jede Komponente definierst, desto besser kann die KI darauf reagieren.

Anpassung an die Zielgruppe: Denke immer daran, wer die Endempfänger deiner Botschaft sind, und passe Ton und Inhalt entsprechend an.

Überprüfung und Feinabstimmung: Nachdem die KI eine Antwort geliefert hat, überprüfe sie auf Genauigkeit und Relevanz. Gegebenenfalls kannst du den Prompt anpassen und spezifizieren. Die KI lernt durch Feedback und Finetuning.

Kreativität fördern: Nutze die *ROCKET*-Formel, um der KI Raum für kreative Ansätze zu geben, besonders bei der Inhaltserstellung.

Sag mir genau, was du willst, und ich bringe dir bessere Ergebnisse. Dieser Satz könnte von allen Intelligenzen stammen. Wenn du nicht weißt, was du eigentlich kommunizieren willst, wird dir die Maschine immer nur durchschnittliche Ergebnisse liefern. Deswegen ist es wichtig, unsere Worksheets immer bei der Hand zu haben. Egal, ob Mensch oder Maschine. Die *ROCKET*-Formel in Kombination mit unserem Wissen ist ein mächtiges Werkzeug, um Gedanken zu strukturieren. Und daraus entstehen verständliche Worte: gesprochen, geschrieben, gemalt, getippt oder gezeigt.

7.4 Verschiedene KI-Tools und Anwendungen – die coolsten Innovationen im Überblick

In der Welt der Künstlichen Intelligenz gibt es zahlreiche Tools, die uns dabei unterstützen, kreativer, effizienter und produktiver zu arbeiten. Sie decken verschiedene Bereiche ab – von Textgenerierung und Bildkreation bis hin zu Audio- und Videobearbeitung. Im Folgenden stellen wir

einige der innovativsten und spannendsten KI-Tools vor, die einen echten Mehrwert für Marketing, Kreativprojekte und Businessprozesse bieten. Diese KI-Tools bieten bereits jetzt eine breite Palette an Möglichkeiten, die Kreativität und Effizienz in der Arbeit zu steigern. Doch die Technologie entwickelt sich ständig weiter. Neue Tools und verbesserte Versionen bestehender Anwendungen, die noch mehr Funktionen bieten und die Arbeit weiter automatisieren können, kommen regelmäßig auf den Markt. KI wird in immer mehr Bereichen Einzug halten und uns dabei helfen, schneller, kreativer und produktiver zu werden.

1. ChatGPT – der Meister der Textgenerierung

ChatGPT von OpenAI ist eines der bekanntesten KI-Modelle zur Textgenerierung. Es ermöglicht die schnelle und präzise Erstellung von Texten für zahlreiche Anwendungsbereiche wie Blogartikel, Marketingtexte, E-Mails und sogar technische Dokumentationen. Durch seine Konversationsfähigkeit kann es außerdem Fragen beantworten und bei der Ideenfindung unterstützen.

Anwendungsmöglichkeiten:

- Erstellung von Content für Social Media und Webseiten.
- Unterstützung bei der Recherche und dem Verfassen von Artikeln.
- Automatisierte Kundenkommunikation durch Chatbots.

Raphael: Eines meiner liebsten Hilfsmittel ist AIPRM, welches eine ganze Bibliothek an vorgeschriebenen Prompts für ChatGPT zu vielen Themen und Bereichen bietet – einfacher geht es nicht.

2. Midjourney – kreative Bilder auf Knopfdruck

Midjourney ist ein KI-basiertes Tool, das in der Lage ist, beeindruckende visuelle Inhalte zu generieren (siehe Abb. auf der nächsten Seite), die qualitativ sehr von den Prompts, die wir schreiben, beeinflusst werden. Ob für Social Media, Webseiten oder Kampagnen – Midjourney erstellt ansprechende Bilder, basierend auf detaillierten Prompts.

Anwendungsmöglichkeiten:

- Erstellung von individuellen Bildern für Instagram, Facebook oder Werbeanzeigen wie zum Beispiel bei der BOKU in Kapitel 6.
- Generierung von Grafiken und Illustrationen für Blogartikel und Landingpages.
- Schnelle visuelle Konzepte für kreative Präsentationen und Kampagnen.
- Anskizzierung von Storyboards und Sujets.

Abb 52

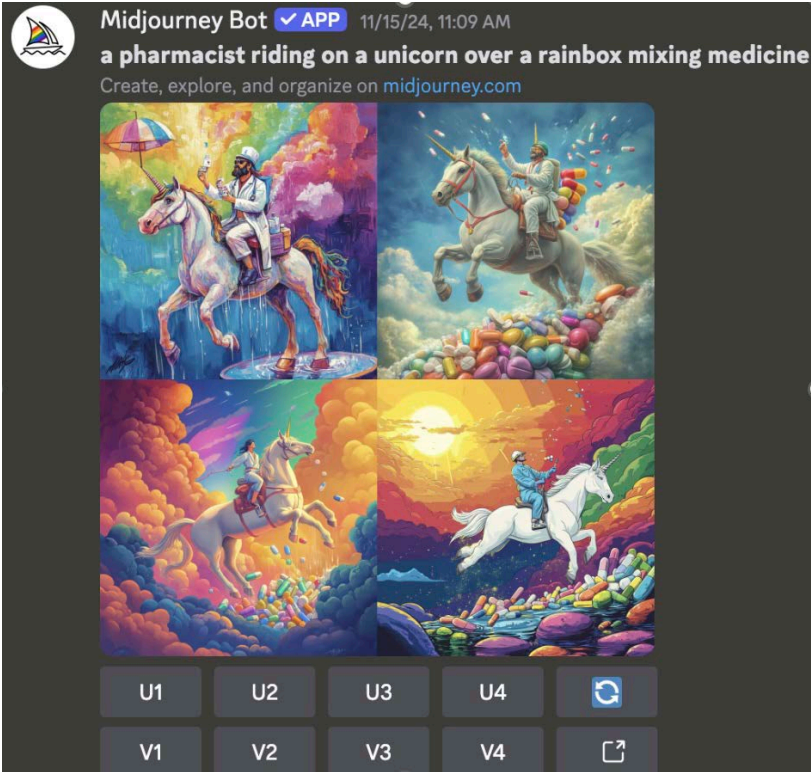
3. Heygen Avatars – persönliche Video-Avatare

Heygen Avatars ist ein KI-Tool, das es ermöglicht, realistische Avatare für Videos zu erstellen. Diese Avatare können für die Erstellung von Produktvideos, Tutorials oder personalisierten Nachrichten verwendet werden, ohne dass du selbst vor der Kamera stehen musst.

Anwendungsmöglichkeiten:

- Automatisierte Videobotschaften für Kunden.
- Erstellung von Tutorials und Produktvorstellungen.
- Personalisierte Videokommunikation für Social Media.

Abb 53



Midjourney-Beispiel



Heygen-Beispiel

4. Runway – kreatives Videobearbeitungstool

Runway ist eine KI-basierte Software, die kreative Videobearbeitungen vereinfacht. Mit nur wenigen Klicks können Videos geschnitten, Effekte hinzugefügt und Szenen bearbeitet werden – perfekt für kreative Projekte und Social Media.

Anwendungsmöglichkeiten:

- Erstellung von Marketingvideos für Social Media oder Webseiten.
- Bearbeitung von Produktvideos oder Erklärvideos.
- Integration von kreativen Effekten und Übergängen in Videos.

Raphael: Jeden Tag wird Sora spannender für die Videoerstellung mit KI. Leider haben wir selbst noch nicht mit dieser KI gearbeitet, da beim Schreiben dieses Buches diese Anwendung noch in den Startlöchern stand. Trotzdem gibt es hier eine spannende Präsentation von uns, die wir laufend auf www.salesrocket.io updaten.

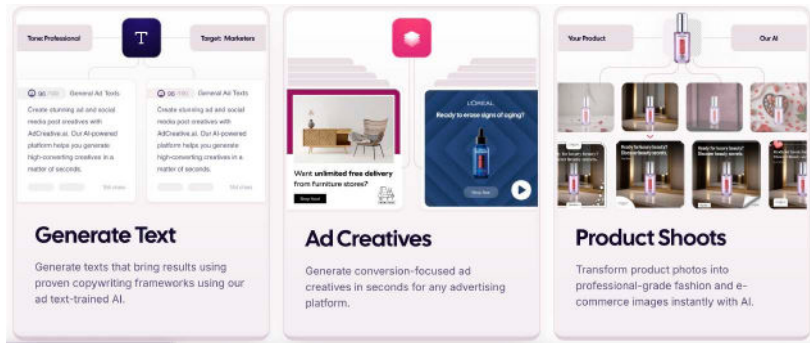
5. AdCreative – automatisierte Werbeanzeigengenerierung

AdCreative ist ein Tool, das automatisiert verschiedene Versionen von Werbeanzeigen erstellt und so A/B-Tests vereinfacht. Es generiert Text- und Bildvariationen, um die besten Kombinationen für Werbekampagnen zu finden und kontinuierlich zu optimieren.

Anwendungsmöglichkeiten:

- Erstellung und Optimierung von Google- und Facebook-Anzeigen.
- Schnelle Erstellung von kreativen Assets für Online-Marketing.
- Automatisierte A/B-Tests zur Verbesserung der Conversion-Rate.

Abb 54



AdCreative-Beispiel

6. ElevenLabs – Sprachgenerator für professionelle Audios

ElevenLabs ermöglicht es, realistische Sprachaufnahmen zu generieren, die in Werbevideos, Podcasts oder für Sprachassistentensysteme eingesetzt werden können. Er spart Zeit und Geld für teure Sprecher und Studios und bietet dennoch qualitativ hochwertige Ergebnisse.

Anwendungsmöglichkeiten:

- Automatisierte Sprachaufnahmen für Podcasts, Produktvideos und Präsentationen.
- Personalisierte Voice-over-Inhalte für Social-Media-Videos.
- Erstellung von Hörbüchern oder Audio-Tutorials.

7. Bard/Bing/Copilot – die KI-Assistenten

Bard (Google), Bing AI und Microsoft Copilot sind mächtige KI-Assistenten, die in die jeweiligen Plattformen integriert sind, um bei Recherchen, Content-Erstellung und Datenauswertungen zu unterstützen. Sie helfen dabei, Aufgaben zu automatisieren und relevante Informationen schnell zu finden.

Anwendungsmöglichkeiten:

- Recherche und Informationsbeschaffung für Blogartikel und Kampagnen.
- Unterstützung bei der Erstellung von Texten und Marketingmaterialien.
- Schnelle Datenanalyse und Einblicke für Business-Entscheidungen.

7.5 Anwendungsbeispiele von KI im Funnel

Die Nutzung von KI in der *Sales Rocket* eröffnet zahlreiche Möglichkeiten, um den gesamten Verkaufsprozess effizienter und gezielter zu gestalten. Anhand der zwei fiktiven Unternehmen *CRM Buddy* (B2B) und *Good Vibes* (B2C) lassen sich konkrete Beispiele für den Einsatz von KI im Funnel zeigen. Von der kreativen Kampagnenerstellung bis hin zur Optimierung von Customer Journeys: KI hilft uns, maßgeschneiderte Inhalte zu erstellen, unsere Zielgruppen besser zu verstehen und die Kommunikation zu automatisieren.

Good Vibes

Good Vibes ist eine Marke, die Yogamatten verkauft und sich auf die Förderung von Wohlbefinden und Achtsamkeit konzentriert. KI kann für dieses Unternehmen vielseitig eingesetzt werden, um sowohl die Aufmerksamkeit der Dialoggruppe zu gewinnen als auch den Kaufprozess zu optimieren.

Personalisierte E-Mail-Kampagnen: Mit einem KI-basierten Tool wie ChatGPT können E-Mails erstellt werden, die auf das Verhalten der Kunden auf der Website abgestimmt sind. Wenn ein Kunde beispielsweise eine Matte angesehen, aber keinen Kauf abgeschlossen hat, kann eine

personalisierte Follow-up-E-Mail mit einem Rabattcode oder einer speziellen Empfehlung verschickt werden.

Social-Media-Beiträge: Tools wie MidJourney ermöglichen es, visuelle Inhalte für Social Media zu erstellen, die Yogamatten in verschiedenen Szenarien zeigen – im Freien, zu Hause oder im Fitnessstudio. Diese Bilder können direkt in Social-Media-Kampagnen integriert werden, um die Markenbekanntheit zu steigern.

Anzeigenoptimierung mit KI: Mit AdCreative lassen sich verschiedene Anzeigenvariationen generieren, die automatisiert getestet werden können, um herauszufinden, welche am besten performen. So kann *Good Vibes* seine Anzeigenkampagnen kontinuierlich verbessern und die Conversion-Rate steigern.

CRM Buddy

CRM Buddy bietet Unternehmen ein innovatives CRM-System an, das Arbeitsprozesse automatisiert und die Effizienz steigert. Im B2B-Kontext ist die Nutzung von KI besonders wertvoll, um gezielte Ansprache und personalisierte Ergebnisse für Entscheider in Unternehmen zu schaffen.

Lead Scoring und Personalisierung: Mithilfe von KI-basierten CRM-Systemen wie HubSpot können potenzielle Kunden anhand ihrer Interaktionen auf der Website oder mit E-Mail-Kampagnen bewertet werden. So lassen sich die vielversprechendsten Leads identifizieren und gezielte Follow-up-Nachrichten oder Demo-Angebote verschicken.

Webinarpromotion: KI-Tools können helfen, relevante Blogbeiträge oder Whitepaper zu erstellen, die man für Webinarkampagnen verwenden kann. Diese Inhalte bauen Vertrauen auf und bieten Mehrwert, bevor der potenzielle Kunde überhaupt Kontakt mit dem Vertrieb aufnimmt.

Automatisierte Anzeigen: Durch die Nutzung von Runway oder AdCreative kann *CRM Buddy* verschiedene Anzeigenformate schnell erstellen

und testen. Diese Anzeigen werden dann gezielt auf Plattformen wie LinkedIn oder Google Ads ausgespielt, um die Sichtbarkeit zu erhöhen und qualifizierte Leads zu generieren.

7.6 Die Rolle der KI in der Sales Rocket

Künstliche Intelligenz spielt eine entscheidende Rolle in der *Sales Rocket*, da sie den gesamten Verkaufsprozess effizienter, personalisierter und dynamischer gestaltet. Von der Content-Erstellung über die Analyse von Daten bis hin zur Optimierung von Kampagnen ermöglicht uns die KI, die Dialoggruppe gezielt anzusprechen und auf ihre Bedürfnisse einzugehen.

Die vorgestellte Formel kann euch wirklich in jeder Phase der *Sales Rocket* unterstützen sowie die Tools bei der tatsächlichen Umsetzung.

Herzlichen Glückwunsch, liebe Astronautinnen und Astronauten!

Mit diesem Buch haltet ihr nun die vollständige *Sales-Rocket*-Strategie in euren Händen – eine Methode, die euch nicht nur die Theorie, sondern vor allem praktische Ansätze vermittelt, um eure Sales auf das nächste Level zu katapultieren. Ihr habt die Formel, die Tools und das Wissen, das wir täglich erfolgreich für unsere Kunden einsetzen, direkt in der Hand.

Wir hoffen, dass ihr mit den erlernten Konzepten und den zahlreichen Beispielen nicht nur inspiriert wurdet, sondern auch das Selbstvertrauen bekommen habt, eure eigenen Kampagnen und Funnels zu gestalten. Egal, ob ihr den ersten Schritt macht oder bereits unterwegs seid – jetzt seid ihr perfekt gerüstet, um eure *Sales Rocket* zu starten, neue Märkte zu erschließen und eure Dialoggruppen auf jedem Planeten zu erreichen.

Denkt daran: Es ist eure Vision, euer Purpose, der die Richtung vorgibt. Möge die *Sales Rocket* euch sicher ans Ziel bringen – und darüber hinaus! 🚀