

Prompt-Flows

Strategische Grundlagen und eine einfache Content-Routine

Flow 1 - Persona entwickeln

Schritt 1 — Rohmaterial einsammeln (ohne Persona-Theater)

Du bist Spezialist für Zielgruppenermittlung im Marketing. Hilf mir, Persona zu erstellen. Agiere kritisch. Schließe keine Lücken und löse Widersprüche nicht auf, zeige sie mir. Ich bin ein Einzelhandelsunternehmen. Wir machen Content, aber unregelmäßig und ohne System.

Bitte stelle mir **8 Fragen**, um eine **arbeitsfähige Kernpersona** für unsere Kundschaft zu entwickeln. Bedingungen:

- Fragen müssen so formuliert sein, dass wir sie ohne Marketingwissen beantworten können.
- Fokus auf: typische Anliegen, Kaufgründe, Hürden, Missverständnisse, häufige Fragen im Laden/online.

Stelle die Fragen Schritt für Schritt. Erstelle noch keine Persona, sondern warte auf meine Eingaben.

Schritt 2 — Persona v1 bauen (realistisch, nicht ideal)

Erstelle auf Basis meiner Antworten **eine Kernpersona v1** mit folgenden Bausteinen (knapp, alltagstauglich):

1. Wer ist die Person (Kontext, Alltag, warum sie zu uns kommt)
2. Was will sie wirklich erreichen (nicht "mehr Infos", sondern Ergebnis)
Welche 5 Fragen stellt sie (laut oder unausgesprochen)
3. Welche 3 Hürden/Einwände hat sie (inkl. Misstrauen, Scham, Bequemlichkeit etc.)
4. Was überzeugt sie am schnellsten (Beweise, Beispiele, Tonalität)
5. Welches Angebot / welche Kaufhebel sollte ich einsetzen?

Markiere Unsicherheiten mit **[UNSICHER]** statt sie zu erfinden.

Prompt-Flows zum Einstieg.

Schritt 3 — Realitätstest (Widersprüche sichtbar machen)

Prüfe die Kernpersona v1 kritisch:

- Wo ist sie zu allgemein?
- Wo widersprechen sich Ziele/Hürden?
- Welche Annahmen sind wahrscheinlich falsch oder unbewiesen?

Gib mir danach:

1. 3 Nachschärf-Fragen (nur die wichtigsten)
2. eine Kernpersona v2 (Aufbau wie in V1)
3. 3 Beispielhafte Contentideen für Instagram, um ein besseres Verständnis für die Umsetzung zu erhalten.

Schritt 4 — Anwendung: “Content-Filter”

Prüfe folgende Content-Idee mit Blick auf die Kernpersona.

Idee:

Flow 2 - Kernthemen entwickeln

Schritt 1 — Themen-Rohstoffe aus dem Alltag

Wir sind ein Einzelhandelsunternehmen und wollen eine einfache Social-Media-Routine.
Bitte stelle mir **maximal 10 Fragen**, um unsere **Eckthemen** zu finden. Stelle mir eine Frage nach der anderen. Die Fragen sollen nur aus diesen Bereichen kommen:

- häufige Kundenfragen (im Laden, per Mail, per DM)
- Kaufhürden/Einwände
- typische Fehlkäufe/Fehlannahmen
- Beratungssituationen, die sich wiederholen
- Dinge, die wir ständig erklären müssen

Schritt 2 — 4 Eckthemen + klare Aufgabe je Thema

Erstelle daraus **maximal 4 Eckthemen**. Für jedes Eckthema liefere:

1. Worum es wirklich geht (1 Satz)
2. Welche Aufgabe es erfüllt (z. B. Vertrauen, Orientierung, Entscheidung, Nutzung, Problemlösung)
3. 5 konkrete Post-Ideen als **Fragen-Überschriften** (keine "Tipps", sondern echte Fragen)
4. 2 typische Fehlannahmen unserer Kund:innen zu diesem Thema

Schritt 3 — Priorisierung (damit's nicht zu viel wird)

Priorisiere die 4 Eckthemen für einen Start mit wenig Aufwand:

- Rangfolge 1–4 mit kurzer Begründung
- Für Rang 1 und 2: je **2 "Einfach-Formate"**, die wir ohne großen Produktionsaufwand umsetzen können
- Warne mich, wenn ein Eckthema zwar "nice" ist, aber keine klare Aufgabe erfüllt.

Schritt 4 — Mini-Contentplan (Routinefähig)

Baue aus den Top-2-Eckthemen einen **2-Wochen-Plan** (6 Posts insgesamt). Vorgaben:

- Jeder Post beantwortet eine klare Frage
- Jeder Post endet mit einem einfachen Call-to-Action (z. B. "Schreib uns...", "Speichern...")
- Keine Trends, keine Tänze, kein Perfektionismus

Gib den Plan als Liste: Datum/Tag – Thema – Hook-Frage – Inhalt in 3 Bulletpoints – CTA.

Prompt-Flows zum Einstieg.

Flow 3 - Vom Gespräch zur Contentidee

Schritt 1 – Sprachaufnahme strukturieren

Ich beschreibe dir gleich **per Sprachaufnahme** eine konkrete Situation aus einem Kundengespräch.

Regeln für meine Aufnahme:

- Es geht um **eine echte Situation**, nicht um eine Zusammenfassung
- Ich schildere, was der Kunde gesagt oder gefragt hat
- Ich beschreibe kurz, wie ich reagiert habe oder wie sich das Gespräch angefühlt hat

Mache noch keinen Content daraus. Stelle mir zunächst 2 Rückfragen, um mehr Kontext zu bekommen. Stelle mir die Fragen eine nach der anderen.

Schritt 2 – Strukturieren (Problem sichtbar machen)

Strukturiere die beschriebene Situation bitte entlang dieser Punkte:

1. **Was steckt wirklich dahinter?**
– Welche Unsicherheit, Erwartung oder Entscheidungssituation zeigt sich?
2. **Unausgesprochene Frage**
Formuliere die Frage, die der Kunde vermutlich hatte, aber nicht klar gestellt hat.
3. **Emotionale Lage**
(z. B. Verunsicherung, Zeitdruck, Skepsis, Vergleichsdenken)
4. **Fehlannahme oder Denkfehler**
Falls erkennbar. Wenn nicht: kennzeichne mit **[UNKLAR]**.
5. **Welche hilfreiche Antwort hätte der Kunde gebraucht?**
Kurz, sachlich, ohne Marketington.

Wenn Informationen fehlen, liste sie separat auf, statt sie zu ergänzen.

Schritt 3 – Contentpotential sichtbar machen (ohne Ideen-Gewitter)

Nutze die strukturierte Situation und zeige mir das **konkrete Contentpotential** für folgende Formate:

Einstieg für ein Video

- 2-4 Sätze um Relevanz des Videos zu verdeutlichen (Hook)

Prompt-Flows zum Einstieg.

- Soll die Kundensituation spiegeln
- Kein Claim, keine Lösung im Einstieg

Postserie (2–4 Posts)

- Welche Teilfragen lassen sich logisch trennen?
- Jeder Post beantwortet **nur eine** Frage

Längerer Inhalt für die Website oder einen Newsletter

- Zentrale Leitfrage
- Welche Perspektive oder Einordnung hilft hier?
- Welcher Gedanke wäre für Leser:innen neu oder entlastend?
- Grobe Gliederung (Überschriften, keine Texte)

Kennzeichne bei jedem Format:

- **Informationsbedarf** (hoch / mittel / gering)
- **Nähe zur Kaufentscheidung** (fern / mittel / nah)

Vermeide kreative Zuspitzung. Bleib erklärend.

Schritt 4 – Wenn nur EIN Post entstehen soll (Talking-Head-Video)

Empfehl mir für ein einfaches Talking-Head Video ohne Schnitte:

1. **Welche eine Frage** wir beantworten sollten (wortgleich formuliert)
2. **Warum genau diese Frage** die größte Wirkung hat
3. Eine **klare Video-Struktur**:
 - Einstieg (1 Satz – Situation spiegeln)
 - Einordnung (warum diese Frage verständlich ist)
 - Antwort (max. 3 Gedanken)
 - Abschluss (was der/die Zuschauer:in jetzt tun oder wissen soll)

Zusatz:

- Sag mir, **was wir bewusst nicht sagen sollten**, um nicht zu verwirren
- Markiere Stellen, an denen wir zu allgemein werden könnten