Postalische Neukundenakquise im B2B planen und durchführen

KI-Prompts zum Anwenden

Intrenion GmbH

November 2026

Informationen

Über dieses Prompttheft

- Dieses Prompttheft richtet sich an Personen im B2B-Vertrieb und -Marketing, die postalische Neukundenakquise systematisch planen, durchführen und auswerten und dabei konkrete Aufgaben mit GenKI-Chatbots bearbeiten möchten.
- Es behandelt postalische Akquisekampagnen von der Strategieentwicklung und Zielkundenauswahl über Adressbeschaffung, Rechtsprüfung und Werbemittelgestaltung bis zur Produktion, Vertriebsbearbeitung, Erfolgsmessung und kontinuierlichen Verbesserung.
- Anhand konkreter Kampagnenszenarien zeigen die Anwendungsprompts, wie sich Zielgruppen und Akquiseangebote ausarbeiten, Werbebriefe und personalisierte Versandunterlagen erstellen, Kosten und Wirtschaftlichkeit berechnen sowie Kampagnenergebnisse analysieren und fundierte Optimierungsentscheidungen vorbereiten lassen.

Verwendung der Prompts

- Fotografieren Sie einen Prompt oder erstellen Sie ein Bildschirmfoto und übergeben Sie das Bild einer KI-Anwendung, die Bilder verarbeiten kann.
- Verwenden Sie ausschließlich kostenpflichtige KI-Versionen, wählen Sie das neueste verfügbare Modell und aktivieren Sie die höchste einstellbare Reasoning-Stufe, um die Leistungsfähigkeit der KI möglichst umfassend zu erleben.
- Führen Sie jeden Prompt unabhängig und ohne zusätzliche Eingaben aus und nutzen Sie die vorgeschlagenen Recherchefragen oder Arbeitsaufträge zur weiteren Vertiefung.

Über Prompthefte

- Prompthefte sind thematisch gegliederte Sammlungen eigenständig ausführbarer KI-Prompts, die zum Erkunden, Lernen und Anwenden einladen.
- Die Inhalte sind in Bereiche und Rubriken gegliedert, wobei jede Rubrik vier unterschiedliche Zugänge zu einem zusammenhängenden Thema bietet.
- Statt umfangreicher Erklärungstexte ermöglichen Prompthefte eine aktive und individuelle Auseinandersetzung mit den jeweiligen Inhalten.

Autor, Kontakt, Impressum

- Autor: Intrenion GmbH
- E-Mail: christian.ullrich@intrenion.com
- Impressum: Intrenion GmbH • Alemannenallee 2 • 14052 Berlin • Geschäftsführer: Christian Ullrich • HR B 178145 B - Amtsgericht Charlottenburg

Inhaltsverzeichnis

1 Kampagnenstrategie und Wirtschaftlichkeit
1.1 Kampagnenkonzept entwickeln 5
1.2 Budget und Wirtschaftlichkeit planen 6
1.3 Zeitpunkt und Ressourcen abstimmen 7

2 Zielkunden und Entscheider auswählen
2.1 Zielmärkte segmentieren 8
2.2 Kaufanlässe identifizieren 9
2.3 Entscheider und Zielunternehmen priorisieren 10

3 Adressbeschaffung und Datenqualität
3.1 Adressquellen und Beschaffung 11
3.2 Adressdaten strukturieren und bereinigen 12
3.3 Versanddaten prüfen und freigeben 13

4 Rechtsprüfung und Datenverantwortung
4.1 Werbliche Zulässigkeit prüfen 14
4.2 Personenbezogene Daten verantworten 15
4.3 Externe Datenverarbeitung absichern 16

5 Angebot und Akquiseargumentation
5.1 Kundennutzen herausarbeiten 17
5.2 Entscheiderargumentation gestalten 18
5.3 Differenzierung und Erstkontaktangebote 19

6 Anschreiben und Werbemittel gestalten
6.1 Postalische Werbetexte verfassen 20
6.2 Textvarianten entwickeln und überarbeiten 21
6.3 Werbemittelformate und Materialien 22
6.4 Layout und Gestaltung vorbereiten 23

7 Personalisierung und Variantensteuerung
7.1 Zielgruppenspezifische Varianten entwickeln 24
7.2 Individuelle Zielkundenansprache 25
7.3 Serienbriefe technisch vorbereiten 26

8 Produktion und Versand organisieren
8.1 Produktionsabläufe und Freigaben 27
8.2 Dienstleister und Fertigungskosten 28
8.3 Porto und Versandwellen 29
8.4 Druck- und Versandqualität sichern 30

9 Rückmeldungen und Vertrieb bearbeiten
9.1 Rückmeldewege vorbereiten 31
9.2 Digitale Kontaktstrecke entwickeln 32
9.3 Leads erfassen und qualifizieren 33
9.4 Anfragen und Gespräche bearbeiten 34
9.5 Vertriebsnachverfolgung steuern 35

10 Erfolgsmessung und Weiterentwicklung

10.1 Messkonzept und Datenqualität 36
10.2 Kampagnentests vorbereiten 37
10.3 Kampagnenergebnisse analysieren 38
10.4 Wirtschaftlichkeit auswerten 39
10.5 Testergebnisse und Kampagnenberichte 40
10.6 Fehlerursachen diagnostizieren 41
10.7 Optimierungen steuern und entscheiden 42
10.8 Kampagnenwissen sichern 43

1.1 Kampagnenkonzept entwickeln

Akquiseziele konkretisieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein regionaler Anbieter industrieller Wartung möchte in zwölf Wochen 720 Produktionsunternehmen postalisch ansprechen, verfügt über zwei Vertriebsmitarbeiter mit 18 freien Erstgesprächsterminen und erzielt je neuem Wartungsvertrag im ersten Vertragsjahr 6500 Euro Deckungsbeitrag. Entwickle ein abgestuftes Zielsystem mit einem wirtschaftlichen Hauptziel, messbaren Aktivitäts-, Reaktions- und Vertriebszielen sowie einer klar beschriebenen gewünschten Empfängerhandlung. Lege für jede Zielebene Kennzahl, Bezugsgröße, Beobachtungszeitraum und verantwortliche Rolle fest, unterscheide kontrollierbare Leistungen von unsicheren Empfängerreaktionen, prüfe die Vereinbarkeit mit den verfügbaren Gesprächsterminen und formuliere Mindest- sowie Wunschziele, ohne angenommene Erfolgsquoten als Erfahrungswerte auszugeben. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Kampagnenbriefing ausarbeiten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Hersteller wiederverwendbarer Transportbehälter plant eine postalische Erstansprache von 460 Unternehmen der Lebensmittelindustrie, um Gespräche über Verpackungsverluste anzubahnen; für die gesamte Kampagne stehen 4800 Euro und acht Wochen bis zur ersten Aussendung bereit. Verfasse ein entscheidungsreifes Kampagnenbriefing mit Ausgangslage, Zielkundentyp, Leistungsangebot, Nutzenhypothese, Empfängerfunktion, Kontaktangebot, postalischem Format, Erfolgsindikatoren und Freigabeplan. Ergänze Budgetrahmen, Verantwortlichkeiten zwischen Marketing, Vertrieb und Produktion, notwendige Daten- und Rechtsprüfungen, Bearbeitungsweg für Antworten sowie überprüfbare Startbedingungen; trenne festgelegte Eckdaten von offenen Annahmen und halte das Dokument so präzise, dass eine interne Abstimmung ohne Rückfragen möglich ist. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Akquise-Kanalstrategie festlegen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Temperaturüberwachung für Pharmalogistik will 280 neue Großhändler erreichen, besitzt eine Fachwebsite, kann eine Landingpage erstellen und hat keine geprüfte Rechtsgrundlage für Werbeanrufe oder Werbe-E-Mails an diese Unternehmen. Entwickle eine Kanalstrategie, in der postalischer Erstkontakt, öffentlich zugängliche Fachinhalte, organische Auffindbarkeit und vom Empfänger initiierte Rückmeldungen zu einer zusammenhängenden Kontaktstrecke verbunden werden. Ordne jedem Kanal ein Ziel, eine Botschaft, einen verantwortlichen Bereich und einen messbaren Beitrag zu, zeige den Weg vom Brief zur Terminanfrage, erläutere indirekte Wirkungen und ihre Grenzen bei der Erfolgsmessung und kennzeichne weitere Kontaktformen ausdrücklich als nur bei nachgewiesener rechtlicher Zulässigkeit nutzbar. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Kampagnenmodelle gegeneinander abwägen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Integrator für industrielle Bildprüfung kann 1200 Metallverarbeiter adressieren, kennt darunter 35 attraktive Zielunternehmen und verfügt für die Kampagne über höchstens 11000 Euro sowie zwölf Stunden fachliche Vertriebskapazität pro Woche. Vergleiche Breitenversand, Branchenkampagne, anlassbezogene Akquise und individualisierte Schlüsselkundenansprache in einer begründeten Entscheidungsmatrix. Bewerte Zielgruppenpassung, Reichweite, Vorbereitungsaufwand, variable Kontaktkosten, mögliche Deckungsbeiträge, operative Risiken und Vertriebsbelastung, definiere rechtliche sowie organisatorische Ausschlusskriterien vor einer Punktebewertung und empfehle ein Modell einschließlich einer kleinen, überprüfbaren Pilotphase, ohne Wirkungsschätzungen als gesicherte Daten darzustellen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

1.2 Budget und Wirtschaftlichkeit planen

Kampagnenbudget kalkulieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Industriebodensanierer möchte 1800 Betriebsstätten anschreiben; die Konzeption kostet 1150 Euro, eine Landingpage 420 Euro, Adressdaten 0,28 Euro, Druck 0,64 Euro, Umschlag 0,16 Euro, Kuvertierung 0,29 Euro und Porto 0,95 Euro je Sendung; hinzu kommen zwölf interne Freigabestunden zu je 55 Euro. Erstelle ein prüfbares Kampagnenbudget mit getrennten externen Fixkosten, variablen Stückkosten, internen Aufwänden, Stück- und Gesamtkosten sowie acht Prozent Reserve auf die Produktions- und Versandkosten. Zeige die Rechenschritte, erläutere, auf welche Positionen die Reserve angewendet wird, stelle die Kosten bei 1200 und 1800 Sendungen gegenüber und kennzeichne Umsatzsteuer, spätere Vertriebsbearbeitung und gegebenenfalls veränderte Portobedingungen als gesondert zu prüfende Kalkulationsbestandteile. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Versandauflage wirtschaftlich bestimmen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anlagenreiniger kann höchstens 2300 Betriebe anschreiben, hat 1200 Euro feste Kampagnenkosten, zahlt 2,30 Euro je Sendung und 16 Euro je Rückmeldung und kalkuliert 7000 Euro Deckungsbeitrag je Neukunde; als Annahmen gelten vier Prozent Antworten, 50 Prozent Qualifizierung, 50 Prozent Termine und 25 Prozent Abschlüsse. Ermittle für das Ziel von vier erwarteten Neukunden die nötige Versandauflage und vergleiche die Alternativen mit 800, 1600 und 2300 Sendungen anhand von Rückmeldungen, Terminen, Gesamtkosten und erwarteten Ergebnisbeiträgen. Berücksichtige höchstens 22 verfügbare Erstgespräche, berechne die Auswirkungen einer halbierten Rückmeldequote auf das Ziel, unterscheide rechnerische Erwartungswerte von realen Abschlüssen und markiere Alternativen, die die Termin- oder Adressgrenze verletzen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Break-even-Schwelle berechnen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Wärmetauscher-Wartungsbetrieb versendet 900 Akquisebriefe bei 1350 Euro Fixkosten, 2,60 Euro je Sendung und 18 Euro Bearbeitungskosten pro Rückmeldung; 55 Prozent der Antworten gelten als qualifiziert, 40 Prozent davon führen zu Terminen und 15 Prozent der Termine bringen Neukunden mit je 5400 Euro Deckungsbeitrag. Berechne die Rückmeldequote, ab der die Kampagne einen deckungsbeitragsbasierten Break-even erreicht, sowie den nötigen Deckungsbeitrag je Neukunde bei drei Prozent Rückmeldungen. Stelle die bedingten Übergangsquoten, Kostenformel und Zwischenergebnisse offen dar, prüfe die mathematische Konsistenz, erläutere den Unterschied zwischen erwarteten Kundenbruchteilen und tatsächlichen Vertragsabschlüssen und untersuche die Sensitivität der Gewinnschwelle für eine Übergangsquote. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Wirtschaftliche Risikoszenarien entwickeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Kalibrierdienstleister plant 1600 Mailings mit 1500 Euro Fixkosten, 1,95 Euro je Sendung und 14 Euro Bearbeitungskosten pro Antwort; er erwartet 4600 Euro Deckungsbeitrag je Neukunde, eine Antwortquote von drei Prozent und je nachgelagerter Stufe 60 Prozent Qualifizierung, 50 Prozent Termine sowie 20 Prozent Abschlüsse. Entwickle ein pessimistisches, ein mittleres und ein günstiges Wirtschaftlichkeitsszenario mit gemeinsam variierten Antwort-, Qualifizierungs-, Termin- und Abschlussquoten sowie Bearbeitungskosten. Berechne je Szenario erwartete Vertragsabschlüsse, Kosten, Deckungsbeitrag, Überschuss und Rendite, identifiziere die risikoreichsten Annahmen und entwickle Frühwarnindikatoren und eine Regel, wann eine weitere Versandwelle ausgesetzt oder erst nach zusätzlicher Datenerhebung freigegeben werden sollte. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

1.3 Zeitpunkt und Ressourcen abstimmen

Geeignete Akquisezeitfenster auswählen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Beratungsunternehmen für Hygieneaudits will 360 Lebensmittelhersteller anschreiben; bis zum letzten Erstgespräch bleiben zwölf Wochen, für Datenprüfung und Text drei Wochen, für Produktion zwei, für Zustellung eine und für Reaktionen zwei Wochen nötig; in den Wochen acht und neun sind die Berater belegt. Entwickle drei alternative Versandzeitfenster mit Rückwärtsplanung von den verfügbaren Beratungsterminen und wähle das geeignetste für die Erstansprache aus. Zeige Abhängigkeiten, notwendige Puffer, mögliche betriebliche Beschaffungszyklen und Risiken verschobener Sendungsankünfte auf, unterscheide belegte Termine von bloßen Saisonvermutungen und begründe die Empfehlung anhand der tatsächlichen Bearbeitbarkeit eingehender Anfragen statt anhand pauschaler Aussagen über einen besten Versandtag. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Vertriebskapazitäten vorausberechnen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Lagerautomatisierung versendet 1200 Briefe und erwartet vier Prozent Antworten, 60 Prozent Qualifizierung, 50 Prozent Termine und 40 Prozent Angebote aus Gesprächen; je Antwort benötigt er zwölf Minuten Erfassung, je qualifiziertem Kontakt 25 Minuten Prüfung, je Termin 65 Minuten einschließlich Vorbereitung und je Angebot drei Stunden. Berechne den Personalbedarf für die drei Wochen nach Zustellung bei zwei Mitarbeitern mit je acht freien Stunden pro Woche und gliedere ihn nach Arbeitsschritten. Vergleiche Bedarf und verfügbare 48 Stunden, identifiziere mögliche Überlastungen bei der zeitlichen Verteilung der Antworten und entwickle einen konkreten Maßnahmenplan mit Terminreservierung, Priorisierung, Vertretungsregeln und einer sinnvollen Begrenzung oder Staffelung des Versands. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Erwartete Reaktionsspitzen simulieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein IT-Systemhaus versendet 850 Briefe und drei Arbeitstage später weitere 750; bei fünf Prozent Rückmeldungen entfallen auf die ersten fünf Arbeitstage nach Zustellung jeder Welle jeweils 10, 25, 35, 20 und 10 Prozent der Antworten; das Innendienstteam schafft täglich zwölf Antworten. Simuliere die täglichen Antwortmengen aus beiden Wellen mit Überlappung und erstelle eine Übersicht über Kapazitätsauslastung, Rückstände und den Tag der höchsten Belastung. Verwende zusätzlich drei und sieben Prozent als alternative Rückmeldequoten, setze gleich lange Postlaufzeiten voraus und rechne bis zur Darstellung ungerundet, unterscheide modellierte Eingänge von sicheren Prognosen und leite eine veränderte Wellenstaffelung oder flexible Personalreserve ab, mit der dringende Reaktionen bevorzugt bearbeitet werden können. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Mehrkanalige Akquiseaktivitäten koordinieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Wärmerückgewinnungsdienstleister adressiert 480 Lebensmittelhersteller; Briefe sollen in Projektwoche vier eintreffen, die Landingpage ist ab Woche drei verfügbar, ein Fachwebinar folgt in Woche sieben und zwei Vertriebsmitarbeiter bieten in den Wochen fünf bis neun je sechs Gespräche pro Woche an. Erstelle einen abgestimmten Ablaufplan für postalische Ansprache, Website, freiwillige Webinaranmeldung und eingehende Terminanfragen mit Zuständigkeiten, Übergabepunkten und konkreten Reaktionsfristen. Sorge für konsistente Nutzenargumente und eine eindeutige Zuordnung der Rückmeldewege, plane den Umgang mit gleichzeitig eintreffenden Anfragen sowie verpassten Zustellfenstern und sehe weitere werbliche E-Mail- oder Telefonkontakte nur vor, wenn ihre rechtlichen Voraussetzungen gesondert nachgewiesen sind. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

2.1 Zielmärkte segmentieren

Branchenbezogene Zielsegmente entwickeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein regionaler Anbieter von Druckluft-Leckageprüfungen möchte unter 1400 produzierenden Betrieben im Umkreis von 180 Kilometern Branchen mit dauerhaftem Kompressorbetrieb und möglichen Druckluftverlusten auswählen. Entwickle fünf klar voneinander abgegrenzte Zielsegmente mit typischen Betriebsprozessen, möglichen Einsatzbereichen der Prüfleistung, geeigneten Empfängerfunktionen und je einem Ansatz für die postalische Erstansprache. Stelle die Ergebnisse in einer Segmentmatrix dar, berücksichtige Unterschiede zwischen Einzelwerken und Mehrstandortunternehmen, trenne beobachtbare Branchenmerkmale von unbestätigten Bedarfshypothesen, definiere eine überprüfbare Eingrenzungsregel je Segment und begründe, welche Zielgruppen zuerst auf ihre tatsächliche Adressierbarkeit untersucht werden sollten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Idealkundenprofil definieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein IT-Sicherheitsdienstleister bietet Überwachung, Sicherheitsprüfungen und Reaktionsdienst für Unternehmen mit 50 bis 350 Beschäftigten und mehreren geschäftskritischen IT-Systemen an und kann höchstens 60 Standorte betreuen. Erstelle ein operationalisierbares Idealkundenprofil, das betriebliche Mindestanforderungen, passende Organisationsstrukturen, wirtschaftliche Attraktivitätsmerkmale, Auslöser einer Anbieterprüfung und Beteiligte am Einkauf umfasst und unmittelbar für die postalische Zielgruppenauswahl nutzbar ist. Unterscheide zwingende Eignungskriterien von lediglich günstigen Signalen, lege fest, wie ein unbekannter Outsourcinggrad oder eine nicht veröffentlichte IT-Budgethöhe behandelt werden, prüfe die Regeln an zwei gegensätzlichen Unternehmensprofilen und behaupte keine unbewiesenen Sicherheitslücken. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Ausschlusskriterien festlegen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Verpackungsrobotern sucht unter 900 Herstellungsbetrieben Neukunden, kann nur Prozesse mit mindestens 1500 Packstücken je Schicht automatisieren, leistet Service im Radius von 250 Kilometern und besitzt keine Zulassung für explosionsgefährdete Produktionsbereiche. Entwickle einen Entscheidungsbaum mit harten Ausschlusskriterien, vorläufigen Prüffällen und Merkmalen, die ausdrücklich keinen Ausschluss rechtfertigen, und leite daraus konkrete Regeln für die erste postalische Auswahlliste ab. Lege für jedes Kriterium den nötigen Nachweis, den Umgang mit fehlenden Angaben und eine geeignete manuelle Freigabe fest, prüfe vier unterschiedlich geeignete Unternehmensprofile und zeige, wie vorschnelle Ausschlüsse durch grobe Branchenzuordnungen oder unbekannte Produktionsmengen vermieden werden. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Segmentattraktivität bewerten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Spezialanbieter industrieller Filterwartung prüft drei Märkte: 320 Lebensmittelwerke mit laufendem Wartungsbedarf und gutem regionalem Zugang, 170 Chemiebetriebe mit hohen Auftragswerten und strengen Zulassungsanforderungen sowie 540 Metallverarbeiter mit guter Erreichbarkeit, aber geringeren Vertragswerten. Erstelle eine gewichtete Entscheidungsmatrix für Segmentattraktivität und entwickle eine begründete Reihenfolge für eine erste postalische Testkampagne. Bewerte Angebotsfit, wirtschaftliches Potenzial, postalische und vertriebliche Erreichbarkeit, Beschaffungshürden sowie Informationsunsicherheit, definiere eine einheitliche Punkteskala, variiere zwei wesentliche Gewichte zur Robustheitsprüfung und kennzeichne Bewertungen als fachliche Annahmen statt als gemessene Abschlusswahrscheinlichkeiten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

2.2 Kaufanlässe identifizieren

Geschäftliche Akquiseanlässe katalogisieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter temperaturgeführter Transporte möchte Lebensmittelerzeuger, Großhändler und Hersteller empfindlicher Laborprodukte postalisch ansprechen, kennt jedoch weder aktuelle Lieferantenwechsel noch interne Transportprobleme der einzelnen Unternehmen. Erstelle einen nach Zielgruppen gegliederten Katalog mit zwölf öffentlich beobachtbaren geschäftlichen Ereignissen, die einen sinnvollen Zeitpunkt für die Ansprache begründen könnten. Ordne jedem Ereignis die denkbare logistische Folge, eine geeignete öffentliche Informationsquelle, die mutmaßlich zuständige Empfängerfunktion, das zeitliche Kontaktfenster und eine Gegenhypothese zu, unterscheide klare Beschaffungsvorhaben von schwachen Indikatoren und formuliere die möglichen Kontaktanlässe ohne unbewiesene Behauptungen über Zielunternehmen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Bedarfshypothesen aus Unternehmenssignalen ableiten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Maschinenzulieferer kündigt einen zusätzlichen Fertigungsstandort an, schreibt mehrere Stellen in der Produktionsplanung aus und nennt kürzere Lieferzeiten als strategisches Ziel; ein Anbieter von Produktionsplanungssoftware möchte diesen Betrieb postalisch für ein Erstgespräch gewinnen. Leite aus den drei veröffentlichten Signalen eine nachvollziehbare Trigger-zu-Bedarf-Matrix mit unterschiedlichen möglichen Prozessanforderungen und passenden Leistungsbezügen ab. Unterscheide die belegten Ereignisse von Vermutungen über interne Systeme und Budgets, entwickle je Hypothese eine alternative Erklärung sowie eine konkrete Prüfmöglichkeit und formuliere zwei sachliche Gesprächsanlässe für das Anschreiben, die weder Softwaremängel noch eine bereits getroffene Kaufentscheidung unterstellen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Akquisesignale kritisch prüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Vertriebsteam bewertet einen neuen Standort eines Logistikunternehmens als Kaufanlass für Zutrittskontrolltechnik, weil drei Fachportale dieselbe Pressemitteilung verbreiten, zwei Stellenanzeigen eine Expansion nahelegen und die Unternehmenswebsite bereits einen bestehenden Sicherheitsdienstleister nennt. Erstelle ein Prüfprotokoll, das die verfügbaren Informationen nach Originalquelle, Unabhängigkeit, Aktualität, Aussagegehalt und möglichem Zusammenhang mit einer Beschaffungsentscheidung bewertet. Trenne bestätigte Tatsachen, Mehrfachveröffentlichungen und bloße Interpretationen, entwickle mindestens drei konkurrierende Erklärungen für die beobachteten Signale, benenne die entscheidenden offenen Prüfungen und lege fest, unter welchen Bedingungen eine sachliche postalische Ansprache vertretbar erscheint. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Anlassbezogene Zielgruppen zusammenstellen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Lagertechnik hat 860 Betriebe untersucht und 180 Unternehmen mit Standortausbau, 110 mit Sortimentsausweitung und 95 mit neuen Vertriebsmärkten gefunden; 25 Unternehmen gehören genau zwei dieser Gruppen an, weitere Überschneidungen bestehen nicht, und das Budget reicht für 300 Erstbriefe. Stelle aus diesen Angaben ein anlassbezogenes Zielkundenportfolio mit eindeutigen Segmentregeln, einer begründeten Verteilung der Versandplätze und Regeln gegen Mehrfachansprache zusammen. Berechne die tatsächlich unterschiedlichen Unternehmen, unterscheide dokumentierte Veränderungen von nur vermutetem Lagertechnikbedarf, definiere je Anlass ein geeignetes Nutzenargument und eine Empfängerfunktion und reserviere einen begründeten Anteil der Auflage für die Prüfung weniger sicherer Bedarfshypothesen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

2.3 Entscheider und Zielunternehmen priorisieren

Buying-Center-Rollen kartieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Wärmerückgewinnungsanlagen wirbt bei Industriebetrieben für Investitionen um 240000 Euro; Produktion und Energiemanagement beurteilen die Technik, Finanzen, Einkauf und Geschäftsführung bewerten Wirtschaftlichkeit, Verträge und Freigaben. Erstelle eine Buying-Center-Karte mit Initiatoren, Nutzern, technischen Prüfern, wirtschaftlichen Entscheidern, möglichen Fürsprechern und internen Gatekeepern für einen typischen Beschaffungsprozess. Ordne jeder Rolle relevante Ziele, erwartbare Einwände, benötigte Nachweise und ihren Einfluss auf die Entscheidung zu, zeige zwei plausible Zielkonflikte einschließlich geeigneter Brückenargumente und entwickle eine intern weitergebbare Kurzargumentation, ohne aus Stellenbezeichnungen ungesicherte Vollmachten abzuleiten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Geeignete Empfängerfunktionen bestimmen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter digitaler Personaleinsatzplanung möchte 240 Filialhandelsunternehmen mit jeweils acht bis 60 Standorten anschreiben; in einigen Gruppen entscheidet die Zentrale über Software, andere delegieren die Auswahl an regionale Betriebsleitungen, und Ansprechpersonen sind unbekannt. Entwickle für drei unterschiedliche Organisationsmodelle eine Entscheidungshilfe zur Auswahl der primären postalischen Empfängerfunktion und einer geeigneten Ausweichadressierung. Begründe die Wahl anhand von Problembewusstsein, fachlicher Zuständigkeit, möglicher Budgetkompetenz und interner Weiterleitung, unterscheide zentrale Beschaffung von lokalem Einsatz, formuliere passende funktionsbezogene Adresszeilen und kennzeichne organisatorische Ungewissheiten, die vor einem größeren Versand geprüft werden müssten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Poststellen- und Weiterleitungsrisiken prüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Dienstleister für Maschinenzustandsüberwachung will 420 Briefe an 260 Industrieunternehmen schicken; 90 Unternehmen haben mehrere Werke, bei 70 Empfängern liegt nur die Anschrift der Konzernzentrale vor und 55 Sendungen sollen an eine technische Leitung ohne bestätigte Abteilungsbezeichnung gehen. Entwickle ein postalisches Zustell- und Weiterleitungsrisikoregister mit Fehlerfällen für Konzernzentrale, Werkadresse, Poststelle, Funktionsbezeichnung und mehrfach angeschriebene Unternehmenseinheiten. Bewerte die Risiken nach Eintrittsplausibilität und möglicher Auswirkung, definiere Prüfregeln für Standortzuständigkeit und Adressfelder, entwirf einen kleinen Test mit klaren Abbruchkriterien und zeige, wie ein begrenztes Adressbudget auf diejenigen Fälle mit dem größten Weiterleitungsrisiko konzentriert werden sollte. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Zielkunden-Scoring entwickeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter mobiler Messtechnik bewertet vier Betriebe: A fertigt mit 160 Beschäftigten und modernisiert Anlagen, B ist ein Zulieferer mit 80 Beschäftigten ohne bekannte Investition, C erweitert mit 300 Beschäftigten die Produktion und D handelt ohne eigene Fertigung; bei A und C sind technische Leitungen erreichbar, bei B ist die Zuständigkeit unbekannt. Entwickle ein Scoring mit Ausschlussregeln und Gewichten für Leistungsfit, Bedarfsindizien, wirtschaftliches Potenzial und postalische Empfängererreichbarkeit; bewerte die Datensicherheit gesondert. Bewerte die vier Betriebe transparent, behandle Wissenslücken nicht als negative Tatsachen, prüfe die Rangfolge bei anderen Gewichtungen und bestimme je Betrieb die nächste Akquise- oder Recherchemaßnahme, ohne Punktwerte als Kaufwahrscheinlichkeiten auszugeben. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

3.1 Adressquellen und Beschaffung

Interne Adressquellen erfassen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter industrieller Energieaudits will 900 Betriebe postalisch ansprechen und findet im CRM 480 frühere Anfragen ohne Auftrag, im Angebotsarchiv 260 nicht gewonnene Interessenten und in einer Messekontaktliste 390 Firmenkontakte, deren Herkunft, Aktualität und Werbewidersprüche unterschiedlich dokumentiert sind. Erstelle ein Quelleninventar, das jeden Bestand nach ursprünglichem Erhebungszweck, vorhandenen Adressfeldern, verantwortlicher Stelle, Datenqualität, möglicher Überschneidung und Eignung für die geplante Akquise einordnet. Trenne technische Verfügbarkeit von der rechtlich zu prüfenden Werbenutzung, unterscheide tatsächlich neue Zielkunden von bestehenden Vertragskunden, kennzeichne unbekannte Dublettenmengen statt sie zu schätzen und priorisiere die notwendigen Prüfungen als konkreten Arbeitsplan. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Externe Adressanbieter vergleichen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Hersteller von Fördertechnik sucht Betriebsadressen für Erstbriefe und prüft drei Lieferanten: A bietet 950 Adressen von Maschinenbauern zu 0,72 Euro, zuletzt vor 18 Monaten geprüft; B liefert 760 Betriebsstättenadressen zu 1,08 Euro mit Herkunftsnachweis, zuletzt vor sechs Monaten geprüft; C bietet 1200 Firmensitze zu 0,58 Euro ohne Angaben zur Prüfroutine. Erstelle eine vergleichende Beschaffungsmatrix und eine begründete Anbieterempfehlung für die gezielte Ansprache technischer Betriebsleitungen. Bewerte Aktualität, Standorteignung, Felder für funktionsbezogene Adressierung, Nachweise zur Datenherkunft, Nutzungsrechte, Reklamationsmöglichkeiten und Kosten, definiere nicht verhandelbare Mindestanforderungen und zeige, welche ungeklärten Anbieterangaben vor einer Bestellung verbindlich eingeholt werden müssen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Adresslieferung spezifizieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Betriebsreinigung bestellt 1300 postalische Adressen regionaler Produktionsstandorte, adressiert Betriebsleitungen ohne Personennamen und verarbeitet seine Versanddaten über einen Lettershop, der eine UTF-8-kodierte CSV-Datei mit eindeutigem Datensatzschlüssel verlangt. Verfasse eine verbindliche Datenspezifikation für den Adresslieferanten mit Feldnamen, Pflicht- und optionalen Feldern, zulässigen Werten, Dateiformat, Versionsangabe und Anforderungen an die Herkunftsdokumentation. Berücksichtige Unternehmensname, rechtliche Einheit, Standort, Abteilung, Straße, Hausnummer, Postleitzahl, Ort und Datenprüfdatum, definiere Regeln für fehlende Angaben, Dubletten und bestehende Sperrvermerke sowie eine Stichprobenabnahme mit nachvollziehbaren Mängelkategorien und klaren Nachbesserungsbedingungen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Kosten nutzbarer Adressen berechnen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Dienstleister kauft 1500 Firmenadressen zu je 0,85 Euro, zahlt 120 Euro Bereitstellung und 240 Euro Prüfung; überschneidungsfrei fallen 160 Dubletten, 90 unvollständige Anschriften, 110 Betriebe außerhalb des Gebiets und 40 Werbewidersprüche aus, eine Erstattung ist ausgeschlossen. Erstelle eine nachvollziehbare Kostenrechnung für den ursprünglich gelieferten und den tatsächlich versandfähigen Adressbestand einschließlich Ausschussquote, effektiven Kosten je nutzbarer Adresse und Gesamtausgabe. Berechne ergänzend den Preis einer zweiten Lieferung von 1200 Adressen zu je 1,15 Euro mit 80 Euro Bereitstellung, 240 Euro Prüfung und 100 ausgeschlossenen Datensätzen, vergleiche beide Beschaffungen auf gleicher Kostenbasis und benenne den wirtschaftlichen Einfluss der Datenqualität. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

3.2 Adressdaten strukturieren und bereinigen

Unternehmens- und Standortdaten modellieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Wartungsdienstleister möchte eine Unternehmensgruppe mit drei rechtlich selbstständigen Gesellschaften, insgesamt acht Produktionsstandorten und zwei zusätzlichen zentralen Postanschriften in seinem Akquisedatenbestand abbilden, wobei die Einkaufszuständigkeit je nach Leistung bei der Gesellschaft oder beim einzelnen Werk liegt. Entwickle ein relationales Datenmodell mit Tabellen für Gruppe, Rechtseinheit, Betriebsstätte, Postanschrift und Empfängerfunktion sowie eindeutigen Schlüsseln und nachvollziehbaren Beziehungen. Definiere Pflichtfelder, Regeln für mehrere Adressen je Einheit, Zuständigkeits- und Gültigkeitsmerkmale und prüfe das Modell an drei ausgefüllten Musterdatensätzen, ohne Konzernsitz, rechtlichen Vertragspartner und tatsächlichen Leistungsort gleichzusetzen oder reale Kontaktpersonen zu erfinden. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Postanschriften vereinheitlichen
Foto machen. Prompt ausführen.
Eine Versandliste enthält die Schreibweisen “Müller Technik GmbH, Hauptstrasse 12 A, 48143 Münster”, “Mueller Technik GmbH, Hauptstraße 12a, 48143 Muenster”, “Nordwerk KG, Postfach 20180, 49010 Osnabrück” und “Nordwerk KG, Werkstraße 8, 49084 Osnabrück”, wobei die letzten beiden Anschriften unterschiedliche Zustellarten bezeichnen. Entwickle ein Regelwerk zur Normalisierung von Firmierung, Straßennamen, Hausnummernzusätzen, Umlauten, Postleitzahlen und Orten und wende es in einer Vorher-nachher-Tabelle auf sämtliche Einträge an. Unterscheide reine Schreibvarianten von tatsächlichen Standort- oder Anschriftsunterschieden, bewahre die Originaldaten zur Rückverfolgung, markiere nicht sicher auflösbare Angaben für manuelle Prüfung und führe Postfach- und Straßenanschriften niemals ohne sachliche Prüfung zusammen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Adressdubletten auflösen
Foto machen. Prompt ausführen.
Eine Akquiseliste enthält sechs Einträge: A1 “Faber Maschinenbau GmbH, Güterstraße 8”, A2 “Faber Maschinenbau GmbH, Güterstrasse 8”, A3 “Faber Maschinenbau GmbH, Werk 2, Hafenweg 19”, A4 “Faber Anlagenbau GmbH, Güterstraße 8”, A5 “Faber Maschinenbau GmbH, Güterstraße 80” und A6 “Faber Maschinenbau GmbH, Einkauf, Güterstraße 8”. Erstelle ein mehrstufiges Deduplizierungsverfahren und entscheide für jedes mögliche Paar, ob ein identischer Adressdatensatz, eine andere Empfängerfunktion, eine weitere Betriebsstätte oder eine ungeklärte Unternehmensbeziehung vorliegt. Verwende exakte und tolerante Abgleichregeln, kennzeichne den Grad der Sicherheit, vermeide das Zusammenführen unterschiedlicher Rechtseinheiten allein wegen gleicher Anschrift und dokumentiere eine bereinigte Beispielliste mit manuellen Prüffällen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Adresskonflikte regelbasiert bearbeiten
Foto machen. Prompt ausführen.
Bei drei Zielunternehmen widersprechen sich die Adressquellen: Für die Lindeck GmbH nennt das CRM eine Anschrift von vor 20 Monaten und der Lieferant eine abweichende Anschrift von vor zwei Monaten, bei der Hartwig KG weicht die Firmierung im Angebotsarchiv von der Lieferdatei ab und bei der Vento GmbH wird eine Werkadresse fälschlich als Hauptsitz geführt. Entwickle einen Entscheidungsbaum für solche Adresskonflikte mit Quellenbewertung, Prüfstatus, Eskalationsweg und dokumentierter Korrekturentscheidung. Lege fest, wann ein neuerer Eintrag lediglich einen Prüfhinweis liefert, welche Konflikte vor dem Versand gesperrt bleiben müssen, wie ursprüngliche Werte erhalten werden und welche belastbaren Belege eine Freigabe rechtfertigen, ohne fehlende Adressdetails selbst zu ergänzen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

3.3 Versanddaten prüfen und freigeben

Mehrfachsendungen je Unternehmen prüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Eine Versanddatei enthält 620 geplante Sendungen für 440 Unternehmen mit zunächst je einer Sendung; zusätzlich sind in getrennten Fallgruppen 80 zweite Briefe an den Einkauf strategischer Zielkunden, 60 versehentliche identische Wiederholungen und 40 Sendungen an eine Zentrale neben dem bereits vorgesehenen Werkanschreiben enthalten. Entwickle eine Versandregel und eine Prüfmatrix, die unbeabsichtigte Dubletten aussortiert, begründete Mehrfunktionsansprachen erhält und unklare Zentral-Werk-Konstellationen einer Entscheidung zuführt. Berechne die Anzahl sofort freigabefähiger Sendungen und der zurückzustellenden Prüffälle, berücksichtige Rechtseinheit, Standort, Empfängerfunktion und Kampagnenziel als getrennte Identitätsmerkmale und dokumentiere eine nachvollziehbare Ausnahmefreigabe für zulässige Mehrfachansprachen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Unvollständige Adressen bearbeiten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Adressbestand für 500 postalische Erstkontakte enthält in nicht überlappenden Gruppen 65 Einträge ohne Hausnummer, 38 ohne Postleitzahl, 22 ohne eindeutig erkennbare Firmenbezeichnung und 15 Datensätze mit ausschließlich einer vollständig angegebenen Postfachadresse; alle übrigen Datensätze besitzen vollständige Straßenanschriften. Erstelle einen Prüf- und Bearbeitungsplan, der die Fälle in sofort verwendbar, gezielt nachzuprüfen und vorläufig zu sperren unterteilt und die jeweilige Entscheidung begründet. Definiere fehlertypbezogene Prüfaufträge, zulässige Korrekturen und Freigabenachweise, behandle eine vollständige Postfachanschrift nicht pauschal als Fehler, erfinde weder Hausnummern noch Postleitzahlen und berechne die zunächst ohne Nachrecherche versandfähige Menge. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Ausschlussregeln für Versandlisten entwickeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein B2B-Dienstleister bereitet 2000 postalische Erstkontakte vor und führt separate Kennzeichen für bestehende Kunden, frühere Werbewidersprüche, unklare Datenherkunft, ungültige Anschriften und bereits in derselben Kampagne angeschriebene Rechtseinheiten; einzelne Datensätze können mehrere Kennzeichen tragen. Entwickle einen regelbasierten Ausschlusskatalog mit einer klaren Prüf- und Prioritätsfolge für eine rechtlich und organisatorisch kontrollierte Versandlistenselektion. Unterscheide zwingende Sperren, operative Zurückstellungen und zielgruppenbedingte Ausschlüsse, beschreibe die Wirkung von Widersprüchen auf personenbezogene und unternehmensbezogene Zuordnungen, verhindere Doppelzählungen im Ausschlussbericht und fordere für ungeklärte Rechtsgrundlagen eine gesonderte Prüfung statt eine pauschale Versandfreigabe. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Versandlistenfreigabe dokumentieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Marketingteam prüft vor der Lettershop-Übergabe 1600 Datensätze, von denen in getrennten Gruppen 45 Werbewidersprüche, 70 Dubletten, 35 unzustellbare Anschriften und 25 Fälle mit ungeklärter Datenherkunft vor dem Versand zurückgestellt oder ausgeschlossen werden; Marketing, Datenschutz und Vertrieb müssen die Übergabe freigeben. Erstelle ein vollständiges Versandfreigabeprotokoll mit Eingangsmenge, einzeln begründeten Abzügen, freigegebener Endmenge, Dateiversion, Prüfschritten, Verantwortlichkeiten und Unterschriftsfeldern. Ergänze dokumentierte Freigabekriterien, einen Abgleich der Zählwerte, eine Regel für nachträglich eingehende Werbewidersprüche, eine Sperre bei ungeklärten Mängeln und ein Verfahren, mit dem der Lettershop ausschließlich die endgültig bestätigte Dateifassung erhält. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

4.1 Werbliche Zulässigkeit prüfen

Postalische Werbezulässigkeit vorprüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Hersteller technischer Prüfgeräte plant 480 Werbebriefe an bisher unbekannte Unternehmen in Deutschland, darunter 300 Sendungen an Fachabteilungen, 140 an namentlich bekannte Beschäftigte und 40 an Einzelunternehmer; 22 der namentlich Adressierten haben Werbung ausdrücklich abgelehnt. Erstelle ein zweistufiges Prüfschema für postalische Werbezulässigkeit und datenschutzrechtliche Adressnutzung und wende es auf alle Gruppen an. Trenne Unternehmensdaten von personenbezogenen Angaben, berücksichtige entgegenstehende Empfängerwünsche, Datenherkunft und nötige Informationspflichten, kennzeichne mangels Sachverhaltsangaben ungeklärte Rechtsfragen ausdrücklich und gib eine Versandentscheidung mit den Kategorien freigabefähig, gesperrt und gesondert zu prüfen samt Verantwortlichkeiten aus. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Kontaktkanäle rechtlich unterscheiden
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein B2B-Softwareanbieter möchte 300 neue Betriebe kontaktieren, besitzt deren postalische Firmenanschriften, bei 180 eine öffentlich angegebene allgemeine E-Mail-Adresse und bei 90 eine Telefonnummer; für keinen Kontakt liegt eine Werbeeinwilligung oder ein konkret belegter Grund für einen Werbeanruf vor. Erstelle eine Rechtsmatrix für Werbebriefe, Werbe-E-Mails, Kaltanrufe, Werbefaxe und Antworten auf Empfängeranfragen sowie einen rechtlich vorsichtigen Kontaktablauf. Unterscheide die Anforderungen des UWG vom personenbezogenen Datenschutz, berücksichtige die gesonderte Prüfung möglicher Ausnahmen und Werbewidersprüche, erläutere, weshalb ein zulässiger Brief keine Folgekontakte per Telefon oder E-Mail legitimiert, und kennzeichne ungeklärte Sachverhalte als Stopps statt Einwilligungen zu unterstellen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Werbeaussagen und Pflichtangaben prüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Eine GmbH möchte 600 Einkaufsleitungen einen Geschäftsbrief zu Energieoptimierung senden; ihr Entwurf verspricht “garantiert 30 Prozent Einsparung”, nennt sich “Marktführer”, führt einen Kunden als Referenz ohne geklärte Freigabe an und enthält lediglich Firmenname, Website und Mobilnummer. Erstelle einen strukturierten Werbe- und Pflichtangabencheck, der jede Aussage nach Belegbarkeit, Irreführungsrisiko und erforderlicher Korrektur bewertet und anschließend eine rechtlich vorsichtigere Kernpassage des Briefes formuliert. Prüfe außerdem, welche gesellschaftsrechtlichen Geschäftsbriefangaben je nach konkreter Einordnung erforderlich sein können, welche Nachweise und Referenzfreigaben vorliegen müssten und wo eine formale Rechtsprüfung nötig bleibt, ohne aus fehlenden Fakten wahre Leistungsnachweise zu erfinden. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Grenzüberschreitende Werbung vorprüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein deutscher Maschinenwartungsdienstleister plant je 120 postalische Erstbriefe an Produktionsbetriebe in Österreich, den Niederlanden und der Schweiz, adressiert nur Fachabteilungen und führt zu einer deutsch- oder englischsprachigen Landingpage, ohne lokale Rechtsprüfung. Entwickle eine länderbezogene Vorprüfmatrix für Werbezulässigkeit, Datenschutz, Adressnutzung, Sprache, Anbieterkennzeichnung, grenzüberschreitende Dienstleistung und mögliche Datenübermittlungen. Trenne EU-interne Vorgänge von der besonderen Prüfung der Schweiz, bestimme je Land zuständige Prüffragen, notwendige Informationen und Stopps vor der Druckfreigabe, unterscheide gesicherte allgemeine Prinzipien von ungeprüften nationalen Anforderungen und vermeide eine pauschale Aussage, dass deutsche Werberegeln überall gelten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

4.2 Personenbezogene Daten verantworten

Rechtsgrundlagenmatrix entwickeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Arbeitsschutzschulungen bereitet 700 Erstbriefe vor und verarbeitet Unternehmensanschriften, berufliche Namen und Funktionen aus Adresszukauf, eigenem CRM und Unternehmenswebsites; die Daten sollen geprüft, segmentiert, an einen Lettershop übertragen und für Widerspruchssperren dokumentiert werden. Erstelle eine Rechtsgrundlagenmatrix für diese Schritte mit Zweck, Datenarten, Personenbezug, möglicher Rechtsgrundlage, Erforderlichkeit, Interessenabwägung und Informationspflicht. Unterscheide die Quellen und Verarbeitungsschritte, prüfe bei berechtigten Interessen die vernünftigen Erwartungen Betroffener und mildere Alternativen, behandle Direktwerbewidersprüche gesondert und kennzeichne Rechtsgrundlagen ohne ausreichende Tatsachengrundlage als offene Freigabefragen statt sie zu behaupten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Datenschutzinformationen vorbereiten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein regionaler IT-Dienstleister hat vor zwei Wochen 260 namentliche berufliche Ansprechpartner von einem Adressanbieter erhalten und plant in drei Wochen ein postalisches Erstanschreiben; bekannt sind Namen, Funktionen und Firmenanschriften, während Quelle, genaue Speicherdauer und etwaige Empfängerkategorien noch vertraglich zu klären sind. Verfasse eine verständliche Datenschutzinformation für indirekt erhobene Kontaktdaten sowie eine interne Prüfliste aller vor dem Versand zu ergänzenden Angaben. Berücksichtige Verantwortlichen, Zwecke, Rechtsgrundlage, Datenkategorien, Herkunft, Empfänger, Aufbewahrung, Betroffenenrechte, Werbewidersprüche und Informationszeitpunkt nach Artikel 14 DSGVO, kennzeichne fehlende Angaben als offene Freigabepunkte und erfinde weder Dienstleister noch Löschfristen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Lösch- und Sperrregeln festlegen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein B2B-Wartungsanbieter führt 2400 Akquisekontakte aus unterschiedlichen Quellen, darunter 190 länger nicht aktualisierte Datensätze, 65 ausdrücklich für Werbung gesperrte Kontakte und 120 abgeschlossene Vorgänge, für die mögliche gesetzliche Aufbewahrungspflichten noch zu prüfen sind. Entwickle eine datenschutzbezogene Regelmatrix für aktive Werbedaten, Prüffälle, Widerspruchssperren, nicht mehr benötigte Kontaktdaten und gesondert aufbewahrungspflichtige Vorgangsunterlagen. Lege für jede Kategorie Auslöser, zuständige Rolle, Prüffrist, Lösch- oder Einschränkungsmaßnahme, Nachweisdokumentation und technische Umsetzung fest, trenne Sperrlisten zur Vermeidung erneuter Werbung von gewöhnlichen Marketingdaten und erfinde keine allgemeingültige gesetzliche Speicherfrist für sämtliche Fälle. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Werbewidersprüche prozesssicher behandeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Lettershop hat 1100 Werbebriefe zum Druck übernommen, als kurz darauf drei Rückmeldungen eintreffen: Eine benannte Person untersagt jede Direktwerbung, ein Betrieb möchte keine Werbung mehr an sein Werk und ein dritter Empfänger verlangt Auskunft über die Herkunft seiner Anschrift; 300 Sendungen sind bereits fertig konfektioniert. Erstelle einen ausführbaren Bearbeitungsprozess mit Fallklassifikation, Sofortmaßnahmen, Zuständigkeiten, Rückmeldetexten und einer dokumentierten Entscheidung zur noch möglichen Versandunterbrechung. Berücksichtige Personen- und Standortsperren, den Abgleich mit CRM und Lettershop, die gesonderte Bearbeitung des Auskunftsersuchens, den Schutz vor Wiederimport sowie einen Prüfpfad für bereits versandte Briefe, ohne eine bloße Auskunftsanfrage als Werbewiderspruch zu werten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

4.3 Externe Datenverarbeitung absichern

Adresszukauf datenschutzrechtlich vorprüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Vertriebsteam möchte 950 B2B-Adressen eines Datenhändlers kaufen, davon 600 mit Namen und Funktionen, 350 nur mit Unternehmens- und Abteilungsanschrift; der Händler nennt Websites und Branchenregister als Quellen, verweigert aber bislang Angaben zum Erhebungsdatum, zu Informationspflichten und zu bisherigen Werbewidersprüchen. Erstelle einen datenschutzrechtlichen Beschaffungsprüfbogen mit Nachweisanforderungen an Herkunft, Personenbezug, Verarbeitungszwecke, Datenaktualität, Nutzungsrechte, Betroffeneninformation und Sperrlistenabgleich. Trenne die Verantwortlichkeiten von Händler und Käufer, formuliere konkrete Rückfragen und Vertragsanforderungen, leite Annahme-, Nachbesserungs- und Ablehnungskriterien ab und werte öffentlich auffindbare Adressen nicht pauschal als Werbeerlaubnis. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Lettershop-Datenflüsse dokumentieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter industrieller Sensorik übermittelt einem Lettershop 1800 Datensätze mit Firmennamen, Postanschriften und teilweise namentlichen Empfängern per Upload; der Lettershop nutzt einen Druckpartner, übergibt fertige Sendungen an einen Postdienstleister und soll Arbeitsdateien 30 Tage nach Einlieferung löschen. Entwickle ein Datenflussverzeichnis von CRM-Export, Upload, Druck, Personalisierung, Kuvertierung und Postübergabe bis zu Löschung und Rückläufern. Weise je Station die verarbeiteten Daten, Beteiligten, vermuteten Datenschutzrollen, Zugriffsrechte, technische Schutzmaßnahmen, Nachweise und offenen Prüffragen aus, unterscheide weisungsgebundene Verarbeitung von eigenständigen Dienstleisteraufgaben und kennzeichne eine unbestätigte Rollenverteilung nicht als endgültig geprüft. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Auftragsverarbeitung kontrollieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Lettershop soll 900 adressierte B2B-Mailings mit personenbezogenen Empfängern drucken; sein Vertragsentwurf erlaubt Unterauftragnehmer ohne vorherige Mitteilung, schließt Kontrollen durch den Auftraggeber aus, erwähnt keine Unterstützung bei Betroffenenanfragen und sieht eine unbestimmte Datenspeicherung vor. Erstelle ein Prüfprotokoll für den Vertrag zur Auftragsverarbeitung mit einem Abgleich zentraler Anforderungen aus Artikel 28 DSGVO und einem konkreten Katalog notwendiger Nachbesserungen. Ordne jeder problematischen Klausel ein Risiko, eine Änderung und einen Nachweis zu, ergänze Kontrollen zu Weisungen, Vertraulichkeit, technischen Schutzmaßnahmen, Datenschutzvorfällen, Löschung und Unterauftragnehmern und formuliere verbindliche Freigabebedingungen vor der Datenübergabe ohne eigenständige Rechtsfreigabe. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Vertrauliche KI-Datenverwendung absichern
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Vertriebsteam möchte einen externen KI-Dienst zur Segmentierung von 520 Adressen nutzen und dafür namentliche Ansprechpartner, interne Angebotsmargen und vertrauliche Kundenbewertungen hochladen; Angaben des Anbieters zu Speicherung, Trainingsnutzung, Unterauftragnehmern und Verarbeitungsort sind noch nicht geprüft. Entwickle ein Freigabekonzept mit Datenklassen, erlaubten Anwendungsfällen, Schutzmaßnahmen und einem Entscheidungsweg für den KI-Dienst. Trenne personenbezogene Informationen von Geschäftsgeheimnissen, vergleiche synthetische Daten, Datenminimierung, wirksame Anonymisierung und freigegebene interne Verarbeitung als Alternativen, benenne erforderliche Anbieter- und Vertragsprüfungen und untersage eine Übertragung ungeprüfter Echtdaten bis zur dokumentierten Freigabe. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

5.1 Kundennutzen herausarbeiten

Komplexe Leistungsangebote verdichten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Messtechnikbetrieb bietet Wasserwerken mit 20 bis 80 Pumpen Vibrationssensoren, Ferndiagnose, Warnmeldungen und Monatsberichte; Reparaturen und Ausfallgarantien gehören nicht zum Leistungsumfang. Verdichte dieses technisch komplexe Angebot zu einer verständlichen Angebotsarchitektur mit einem prägnanten Kernsatz, einer Kurzbeschreibung für einen Akquisebrief und drei klar voneinander unterschiedenen Leistungsbausteinen. Übersetze Fachbegriffe in die Sprache einer technischen Betriebsleitung, unterscheide Funktionen, Voraussetzungen und mögliche betriebliche Wirkungen, lasse entbehrliche technische Einzelheiten weg und erläutere in einer Gegenüberstellung, welche Informationen für die Erstansprache notwendig sind und welche erst in ein vertiefendes Fachgespräch gehören. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Zielgruppenprobleme konkretisieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Rampenmanagement-Software möchte Lebensmittelgroßhändler mit Kühlhalle und Stückgutlogistiker mit mehreren Umschlagpunkten postalisch ansprechen; die Software vergibt Ankunftsfenster und dokumentiert Be- und Entladezeiten, tatsächliche Engpässe einzelner Betriebe sind unbekannt. Entwickle für beide Zielgruppen eine Problemhypothesen-Matrix mit typischen Prozessschritten, möglichen Störungen, beobachtbaren Anzeichen, betriebswirtschaftlichen Folgen und passenden Prüffragen. Unterscheide Symptome von Ursachen, zeige je Zielgruppe mindestens eine alternative Erklärung für Wartezeiten und leite zwei sachliche Problemformulierungen für den Werbebrief ab, die weder mangelhafte Abläufe behaupten noch eine Kaufbereitschaft unterstellen und den unterschiedlichen Betriebsalltag erkennbar berücksichtigen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Nutzenversprechen entwickeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Eine Firma prüft mit mobilen Ultraschallgeräten Druckluftnetze in Produktionsbetrieben, markiert gefundene Leckagen, erstellt einen nach geschätztem Energieverlust geordneten Maßnahmenbericht und repariert die Leitungen nicht selbst; angesprochen werden Werksleitungen und Energiemanagement. Entwickle drei eigenständige Nutzenversprechen für die postalische Erstansprache: einen Ansatz zur Transparenz über Verluste, einen zur Priorisierung von Instandhaltung und einen zur Entlastung interner Fachkräfte. Stelle jeweils Problembezug, konkrete Anbieterleistung, möglichen Kundennutzen, dafür nötige Voraussetzungen und eine geeignete Kurzformulierung gegenüber, wähle den stärksten Ansatz nach Relevanz und Belegbarkeit aus und vermeide garantierte Einsparungen oder nicht nachgewiesene Aussagen über einzelne Werke. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Leistungsgrenzen transparent darstellen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein IT-Sicherheitsdienstleister überwacht Servermeldungen mittelständischer Kunden werktags von 7 bis 19 Uhr, meldet kritische Auffälligkeiten telefonisch und bietet Ursachenanalysen nur gesondert an; eine ständige Überwachung ist nicht vereinbart. Erstelle eine kundenverständliche Leistungsabgrenzung mit enthaltenen Tätigkeiten, ausdrücklich ausgeschlossenen Leistungen, notwendigen Mitwirkungspflichten und optionalen Erweiterungen sowie eine passende Passage für einen postalischen Erstkontakt. Erläutere anhand zweier typischer Sicherheitsvorfälle, welche Reaktion vertraglich zu erwarten wäre und welche nicht, unterscheide Meldung von Behebung, stelle den Nutzen sachlich dar und verhindere Formulierungen, die lückenlosen Schutz, automatische Wiederherstellung oder eine ständige Erreichbarkeit suggerieren. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

5.2 Entscheiderargumentation gestalten

Entscheidungsinteressen gegenüberstellen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Lieferant automatischer Palettenetikettierung wirbt bei Versandzentren mit vier bis zwölf Packlinien für ein System mit Druckstation, Kamera-Kontrolle und Anbindung an die Lagerverwaltung; angesprochen werden Logistikleitung, IT, Einkauf und Geschäftsführung. Erstelle eine funktionsbezogene Argumentationsmatrix, die für jede Rolle Entscheidungsmaßstäbe, angestrebte Verbesserungen, erwartbare Einwände und erforderliche Nachweise gegenüberstellt und daraus eine gemeinsame Kernbotschaft ableitet. Unterscheide technische Funktionsfähigkeit, betrieblichen Prozessnutzen, Integrationsaufwand und finanzielle Tragfähigkeit, entwickle je Rolle eine intern weitergebbare Kurzargumentation und verhindere, dass ein Vorteil für die Logistik ohne Prüfung als gleichermaßen überzeugend für sämtliche Beteiligte ausgegeben wird. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Technische Nutzenbelege aufbereiten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Hersteller von Leckagesensoren hat an drei Prüfständen jeweils zehn kontrolliert ausgelöste Wasserlecks getestet; das System erkannte 28 der 30 Ereignisse binnen zwei bis sechs Minuten, erzeugte während der Versuche zwei Fehlalarme und wurde noch nicht unter realen Dauerbetriebsbedingungen geprüft. Erstelle ein technisches Nachweisblatt für die postalische Ansprache von Betriebsleitungen mit Versuchsaufbau, geeigneten Kennzahlen, einer sachlich formulierten Belegaussage und einem Vorschlag für eine kompakte Grafik. Berechne die beobachtete Erkennungsquote korrekt, trenne Testresultate von Zusagen zur Praxisleistung, kennzeichne Stichprobenumfang, Fehlalarme und fehlenden Dauereinsatz als Grenzen und entwickle drei Fragen, die vor einem verallgemeinernden Leistungsversprechen durch weitere Tests zu klären wären. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Kaufmännische Argumentation entwickeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Energieüberwachung für Kühlhäuser verlangt 42000 Euro für die Einrichtung und 7000 Euro jährlich für den Betrieb; beim Kunden entstehen zusätzlich einmalig 80 interne Stunden zu 65 Euro, während eine jährliche Energiekostenentlastung von 24000 Euro nur als Planannahme vorliegt. Erstelle für eine Finanzleitung ein kaufmännisches Argumentationsblatt mit anfänglichem Mitteleinsatz, jährlichem Nettoeffekt, einfacher Amortisationsdauer und kumuliertem Ergebnis nach vier Betriebsjahren. Rechne die Größen nachvollziehbar, untersuche zusätzliche Einsparungsszenarien von 15000 und 30000 Euro pro Jahr, trenne liquide Aufwendungen von kalkulatorischen Personalkosten und formuliere eine sachliche Briefargumentation, die die Annahmen offenlegt und weder Rendite noch Energieeinsparung garantiert. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Buying-Center-Konflikte adressieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Produktionsbetrieb prüft ein Fertigungsleitsystem für zwei Montagelinien; die Produktionsleitung fordert schnelle Einführung, die IT verlangt eine Sicherheitsprüfung, der Einkauf will drei Vergleichsangebote und die Geschäftsführung akzeptiert nur einen sechsmonatigen Pilotbetrieb ohne Eingriff in die übrigen Linien. Entwickle eine Konfliktlandkarte und ein abgestimmtes Entscheidungspaket, mit dem ein Softwareanbieter die Anforderungen innerhalb des Buying Centers sachlich aufgreifen kann. Benenne Zielkonflikte, gemeinsame Interessen, verhandelbare Bedingungen und Freigabehürden, entwerfe einen gestuften Pilotvorschlag mit Verantwortlichkeiten und prüfbaren Erfolgskriterien und formuliere eine postalisch einsetzbare Gesprächsanregung, ohne Einigkeit oder Beschaffungsbereitschaft als gegeben vorauszusetzen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

5.3 Differenzierung und Erstkontaktangebote

Wettbewerbsvorteile nachvollziehbar herausarbeiten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein mobiler Kalibrierdienstleister misst Druck- und Temperatursensoren beim Kunden vor Ort, dokumentiert Ergebnisse digital, kann innerhalb von zehn Arbeitstagen Termine anbieten und verlangt dafür meist mehr als ein Versandlabor; Leistungsdaten konkreter Wettbewerber liegen nicht vor. Erstelle eine Differenzierungsmatrix gegenüber dem Versand ins externe Labor, der internen Kalibrierung und einem allgemeinen Wartungsdienst mit Argumenten für einen postalischen Erstkontakt. Trenne nachweisbare eigene Leistungen von vermuteten Eigenschaften der Alternativen, berücksichtige Stillstandsrisiken, Aufwand, Dokumentationsqualität und Kosten, benenne zu jeder behaupteten Stärke einen erforderlichen Nachweis und formuliere eine Positionierung, die auf Kundenrelevanz statt unbelegten Alleinstellungsbehauptungen beruht. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Geeignete Referenznachweise auswählen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Verpackungsoptimierung besitzt vier Nachweise: eine freigegebene anonyme Fallstudie mit zwölf Prozent weniger Materialeinsatz, eine nicht freigegebene Namensreferenz, einen unabhängigen Laborbericht zur Belastbarkeit einer Verpackung und ein fünf Jahre altes Testimonial ohne Kennzahlen; Zielgruppe sind Lebensmittelhersteller. Erstelle eine Referenzauswahlmatrix und bestimme, welche Belege sich für einen postalischen Erstkontakt eignen und welche gesperrt oder fachlich zu prüfen sind. Bewerte Vergleichbarkeit zur Zielgruppe, Aktualität, Aussagekraft, Veröffentlichungsrechte und Risiko übertriebener Verallgemeinerungen, entwickle für die zwei geeignetsten Nachweistypen je eine belastbare Kurzformulierung und liste die erforderlichen Prüfungen vor einer namentlichen oder quantitativen Werbeaussage auf. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Fachliches Erstkontaktangebot entwickeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Beratungsunternehmen für Lagerprozesse möchte 300 Distributionszentren postalisch ansprechen und kann in den kommenden sechs Wochen insgesamt 18 kostenfreie Kurzchecks anbieten; jeder Check umfasst ein 25-minütiges Gespräch über Rampenauslastung und eine einseitige Liste mit drei möglichen Prüfansätzen, aber keine Betriebsbegehung. Entwickle daraus ein fachliches Erstkontaktangebot einschließlich Zielgruppe, greifbarem Ergebnis, Teilnahmevoraussetzungen, Ablauf und Textbaustein für den Werbebrief. Begrenze die versprochene Leistung auf die verfügbaren Ressourcen, erkläre den Unterschied zwischen einer ersten Hypothesenprüfung und einem bezahlten Analyseprojekt, minimiere den Vorbereitungsaufwand für Interessenten und lege fest, welche Reaktionen als fachlich qualifizierte Anfragen gelten sollen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Handlungsaufforderungen konkretisieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Hersteller von Messgeräten versendet 800 Briefe an technische Leitungen, um für mobile Schwingungsmessungen qualifizierte Gespräche zu gewinnen; Empfänger können telefonisch einen Rückruf anfordern, über eine Website einen zweiseitigen Fachleitfaden abrufen oder einen Termin selbst buchen. Entwickle drei unterschiedlich niedrigschwellige Handlungsaufforderungen mit konkreten Wortlauten, passendem Nutzenanreiz und eindeutiger Zuordnung zu jeweils einem Reaktionsweg und vergleiche ihren Beitrag zum Vertriebsziel. Bewerte Aufwand und Verbindlichkeit aus Empfängersicht, den erforderlichen internen Bearbeitungsprozess sowie die Messbarkeit, wähle einen primären Abschluss des Briefes mit höchstens einer nachgeordneten Alternative und verzichte auf künstliche Verknappung oder unbewiesene Erfolgsversprechen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

6.1 Postalische Werbetexte verfassen

Persönlichen Geschäftsbrief formulieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Die Westblick IT-Service GmbH möchte per Geschäftsbrief IT-Leitungen von Betrieben mit 50 bis 180 Beschäftigten erreichen und bietet planbare Systemwartung, feste Ansprechpartner und ein unverbindliches Erstgespräch an, ohne die jeweilige IT-Ausstattung zu kennen. Verfasse ein vollständig ausformuliertes, sachliches Erstanschreiben mit Betreff, funktionsbezogener Anrede, konkretem betrieblichen Anlass, nachvollziehbarem Nutzen, Gesprächsangebot und höflichem Abschluss. Halte den Haupttext auf ungefähr 180 Wörter begrenzt, verwende keine erfundenen Namen, Kundenreferenzen oder Einsparversprechen, vermeide vorgetäuschte Vertrautheit und gestalte die Handlungsaufforderung so, dass der Empfänger selbst über das allgemeine Kontaktformular des Anbieters einen Gesprächstermin anfragen kann. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Zweistufige Briefserie texten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Dienstleister für Druckluft-Leckageortung schreibt 340 technische Leitungen von Produktionsbetrieben zweimal an; der zweite Brief folgt frühestens drei Wochen später und entfällt bei Werbewiderspruch; angeboten werden Vor-Ort-Prüfung und Maßnahmenbericht, aber keine garantierten Einsparungen. Verfasse zwei vollständige Geschäftsbriefe, die zuerst das Thema möglicher Druckluftverluste eröffnen und anschließend mit einer fachlichen Prüfliste einen neuen Informationswert bieten. Gib beiden Briefen fachlich eigenständige Betreffzeilen und klare Gesprächsangebote, vermeide Druck, falsche Bezugnahmen auf ein vorheriges Lesen sowie unbelegte Probleme des Empfängers und zeige durch die unterschiedliche Argumentation, weshalb die zweite Sendung mehr leistet als eine bloße Erinnerung. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Postkartentext entwickeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter wiederverwendbarer Transportboxen möchte 650 Großhändler mit einer beidseitig bedruckten Postkarte im Format DIN A6 auf kürzere Suchzeiten im Leergutkreislauf aufmerksam machen; er bietet eine digitale Bestandsübersicht und ein 20-minütiges Erstgespräch an, kann aber keine messbare Zeitersparnis nachweisen. Entwickle den vollständigen Werbetext für eine aufmerksamkeitsstarke Vorderseite und eine klar gegliederte Rückseite mit Kurzargumentation, Absender und Handlungsaufforderung zur freiwilligen Terminanfrage. Begrenze die werblichen Texte auf höchstens 90 Zeichen vorn und 320 Zeichen hinten, halte den vorgesehenen Anschriften- und Frankierbereich ausdrücklich frei, vermeide vertrauliche Angaben auf der offen lesbaren Karte und ergänze eine knappe Zuordnung der Textbausteine zu den beiden Seiten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Selfmailer-Inhalte texten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Beratungsunternehmen für innerbetriebliche Materialflüsse möchte 500 Werksleitungen einen sechsflächigen Wickelfalz-Selfmailer senden und bietet eine Erstprüfung von Wegeführung, Übergaben und Wartezeiten samt Fachgespräch an, ohne konkrete Mängel der Empfängerbetriebe zu kennen. Verfasse die vollständigen Texte für alle sechs Flächen einschließlich Außenteaser, Titelfläche, Problemaufbau, drei Prüfkriterien, Leistungsbeschreibung und Reaktionsangebot in einer sinnvollen Öffnungsfolge. Lege für jede Fläche eine eindeutige kommunikative Funktion und eine knappe Textlängenvorgabe fest, vermeide Wiederholungen zwischen Innen- und Außenseiten, führe die Lesenden schrittweise vom Betriebsproblem zur möglichen Prüfung und weise auf die noch vom Produzenten festzulegende Falz- und Adressanordnung hin. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

6.2 Textvarianten entwickeln und überarbeiten

Alternative Briefeinstiege entwerfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Wärmerückgewinnungsanalysen möchte 280 Lebensmittelproduzenten mit energieintensiven Prozessen postalisch erreichen und bietet eine Erstprüfung verfügbarer Prozessdaten an; über konkrete Abwärmemengen, vorhandene Anlagen und Investitionspläne der Empfänger ist nichts bekannt. Entwirf vier deutlich unterschiedliche Einstiege für denselben Geschäftsbrief, die jeweils über einen Betriebsprozess, eine kaufmännische Fragestellung, einen möglichen Veränderungsanlass oder eine prüfende Fachfrage zum Angebot führen. Begrenze jeden Einstieg auf 45 bis 65 Wörter, ergänze jeweils einen passenden Übergang zu einem unverbindlichen Erstgespräch und bewerte die Varianten nach fachlicher Relevanz, Glaubwürdigkeit, Aufmerksamkeit und Risiko unbelegter Unterstellungen, ohne eine höhere Rückmeldequote zu behaupten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Sprachliche Tonalitäten vergleichen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Logistikdienstleister bietet temperaturüberwachte Stückguttransporte, digitale Statusmeldungen und dokumentierte Übergaben für pharmazeutische Großhändler an; er möchte mit einem postalischen Erstbrief ein Fachgespräch erreichen und verfügt über keine belegten Vorteile gegenüber bestimmten Wettbewerbern. Schreibe dieselbe Kernbotschaft in drei vollständig ausgearbeiteten Briefpassagen mit sachlich-technischer, beratend-kooperativer und aufmerksamkeitsstarker, aber respektvoller Tonalität. Halte Leistungsumfang, Zielgruppe und Handlungsaufforderung in allen Varianten inhaltlich konstant, zeige Unterschiede anhand von Wortwahl, Satzrhythmus und Empfängeransprache, bewerte die Eignung für einen regulierten Markt und empfehle eine Fassung, ohne provokative Zuspitzung mit tatsächlicher Werbewirkung gleichzusetzen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Austauschbare Werbeformulierungen überarbeiten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Wartungsunternehmen bewirbt seine regelmäßige Anlagenprüfung derzeit mit den Aussagen “Wir sind Ihr kompetenter Partner”, “Wir bieten maßgeschneiderte Lösungen” und “Qualität steht bei uns an erster Stelle”; tatsächlich dokumentiert es jeden Prüfschritt digital, übermittelt Berichte innerhalb von zwei Arbeitstagen und plant Wartungsfenster gemeinsam mit der Betriebsleitung. Überarbeite die drei Floskeln zu konkreten, überprüfbaren Nutzenformulierungen und setze sie zu einem überzeugenden Absatz für einen postalischen Erstbrief zusammen. Zeige je Ausgangsaussage die sprachliche und argumentative Schwäche, trenne nachgewiesene Leistung von nur möglichem Betriebsvorteil, vermeide erfundene Referenzen und lasse den Absatz mit einer sachlichen Einladung zur Prüfung der eigenen Wartungsorganisation enden. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Anschreiben platzsparend verdichten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Hersteller von mobilen Hebehilfen schreibt Produktionsleitungen auf nur einer A4-Seite einschließlich Adresse und Signatur an; sein Angebot umfasst Vor-Ort-Begutachtung, Anpassung an Werkstücke bis 80 Kilogramm, Mitarbeitereinweisung und Wartung, aber keine Zusage zur Senkung von Ausfalltagen. Verfasse zunächst ein vollständiges Anschreiben von ungefähr 180 Wörtern und verdichte es anschließend auf höchstens 110 sowie auf 65 Wörter, jeweils mit erkennbarer Handlungsaufforderung. Dokumentiere die gestrichenen Informationen nach ihrer Bedeutung für die Erstansprache, erhalte Zielgruppenbezug, Leistungsumfang und notwendige Einschränkungen, unterscheide inhaltliche Kürzung von bloß kürzeren Sätzen und prüfe, welche Fassung für eine schnelle Orientierung ohne Verlust der Kernaussage am besten geeignet ist. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

6.3 Werbemittelformate und Materialien

Mailingformate wirtschaftlich vergleichen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Prüfdienstleister möchte 1200 technische Leitungen zu einem unverbindlichen Fachgespräch über Anlagenprüfungen einladen und hat drei Angebote: Brief mit 420 Euro Einrichtung und 1,51 Euro je Sendung, Postkarte mit 260 Euro Einrichtung und 1,38 Euro je Sendung sowie Selfmailer mit 720 Euro Einrichtung und 2,33 Euro je Sendung; das Budget beträgt 3200 Euro. Erstelle einen Formatvergleich mit Gesamtkosten, Kosten je Empfänger, verfügbarer Textfläche, interner Weitergabefähigkeit und Eignung für den angebotenen Fachtermin. Berechne alle Beträge einschließlich der einmaligen Einrichtung, markiere Budgetüberschreitungen, prüfe getrennt die kommunikative Tauglichkeit und entwickle eine Entscheidung mit einer begründeten Ausweichoption, ohne vermeintliche Antwortquoten oder aktuelle Posttarife zu erfinden. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Papierqualität und Haptik konzipieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter hochwertiger industrieller Messdienstleistungen plant 450 persönliche Akquisebriefe für Werkleitungen und prüft drei Papiere: glattes Naturpapier mit 90 Gramm je Quadratmeter zu 0,12 Euro, mattes Offsetpapier mit 120 Gramm zu 0,23 Euro und strukturiertes Papier mit 160 Gramm zu 0,41 Euro je Brief; das Papierbudget beträgt 120 Euro. Entwickle ein Materialkonzept mit begründeter Auswahl von Papiergewicht, Oberfläche, Farbwirkung und passendem Umschlag für eine sachliche Premiumansprache. Vergleiche die Materialkosten, beschreibe erwartbare Haptik und Leserlichkeit ohne garantierte Wahrnehmungseffekte, unterscheide gestalterische Nachhaltigkeitsargumente von überprüfbaren Umweltmerkmalen und benenne Musterprüfungen zu Druckbild, Falzung, Gesamtgewicht und möglichem Portoeinfluss vor der Bestellung. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Mehrteilige Werbesendung zusammenstellen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Prozesswasseranalysen möchte 250 Produktionsleitungen mit einem C4-Umschlag ansprechen und hat dafür ein Anschreiben, eine einseitige Übersicht typischer Probenahmefehler sowie eine separate Antwortkarte vorgesehen; jede Sendung darf ohne Porto höchstens 3,80 Euro kosten. Konzipiere ein vollständiges Mailingpaket, das die drei Bestandteile zu einer klaren Kontaktstrecke verbindet und jedem Element eine eigene Informations- oder Reaktionsfunktion zuweist. Lege Reihenfolge im Umschlag, Textschwerpunkte, gewünschte Empfängerhandlung, Anforderungen an die Antwortkarte und eine Stückkostenaufteilung innerhalb des Budgets fest, prüfe die Weitergabefähigkeit an Technik und Einkauf und benenne Risiken durch widersprüchliche Aussagen, unklare Reaktionswege sowie ungetestete Kuvertierung. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Sonderformat auf Versandtauglichkeit prüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Automatisierungsanbieter plant für 180 Schlüsselkunden eine quadratische Faltschachtel von 210 mal 210 Millimetern und acht Millimetern Dicke mit einem eingelegten Kunststoff-Messrad; die befüllte Sendung wiegt 86 Gramm, trägt außen eine Firmenadresse und soll möglichst maschinell verarbeitet werden. Prüfe das Sonderformat in einem technischen Risiko- und Freigabeprotokoll auf Formstabilität, Verschluss, bewegliche Beilage, Anschriftenfläche, Maschinenlesbarkeit, Porto- und Mengenbedingungen sowie mögliche Transportschäden. Unterscheide erkennbare Konstruktionsrisiken von erst durch aktuelle Vorgaben oder physische Muster feststellbaren Mängeln, entwirf eine versandtauglichere Alternative mit ähnlichem Informationsnutzen und lege konkrete Prüfschritte vor einer verbindlichen Produktionsfreigabe fest. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

6.4 Layout und Gestaltung vorbereiten

Gestaltungsbriefing erstellen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Hersteller von Prüfgeräten plant 700 A4-Geschäftsbriefe an technische Leitungen, verwendet Dunkelblau und Türkis als Markenfarben, besitzt nur eine Wortmarke und bevorzugt sachliche Gestaltung ohne Fotos; Brief und Umschlag werden im Offsetdruck produziert. Erstelle ein ausführungsreifes Gestaltungsbriefing für eine externe Agentur mit Ziel, Kernbotschaft, Zielgruppe, gewünschten Reaktionen, Schrift- und Farbkonzept, Informationshierarchie und konkreten Vorgaben für den Briefbogen. Definiere Platzbedarf für Adressfeld, Betreff, Nutzenargumente, Absender und Kontaktweg, unterscheide verbindliche Inhalte von frei gestaltbaren Elementen, verlange eine technische Abstimmung über Druckdaten und Postvorgaben und formuliere messbare Abnahmekriterien für Lesbarkeit, Markenpassung und Produktionsfähigkeit. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Text-Bild-Wireframe entwerfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Dienstleister für vorbeugende Pumpenwartung möchte einen einseitigen A4-Flyer mit einer Überschrift, drei Warnsignalen, einer schematischen Darstellung des Prüfablaufs, einem kurzen Leistungsnachweis und einem Hinweis auf das Erstgespräch in 500 Werbesendungen beilegen; Bilder und Fotos sind nicht vorhanden. Entwirf ein textbasiertes Wireframe mit klar benannten Flächen, Leserichtung, ungefähren Größenanteilen und ausformulierten kurzen Inhaltsmustern für jede Zone. Berücksichtige 12 Millimeter Sicherheitsabstand zum Blattrand, ausreichend Weißraum, eine verständliche textuelle Ersatzdarstellung für das Schema, gut lesbare Schriftgrößen und die Platzierung der Handlungsaufforderung, erläutere die Rolle jedes visuellen Elements und unterscheide Konzeptvorgaben von noch zu prüfenden Druckmaßen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Umschlaggestaltung entwickeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter für Kühlanlagenwartung verschickt 900 Erstbriefe an Betriebsleitungen in C5-Umschlägen und möchte seriös auffallen; verfügbar sind dunkelgrüne Wortmarke, Firmenanschrift und ein Themenhinweis zur vorbeugenden Instandhaltung, aber keine persönliche Beziehung zu Empfängern. Entwickle drei unterschiedliche Umschlagkonzepte mit Positionierung der Wortmarke, zulässigem Teaser, Rückseitenidee und jeweils einer textuellen Skizze der Vorderseite. Vergleiche eine neutrale, eine fachlich informative und eine zurückhaltend aufmerksamkeitsstarke Variante, halte Anschriften- und Frankierflächen für die technische Prüfung frei, vermeide irreführende Kennzeichnungen wie amtliche Zustellung oder vertrauliche Mitteilung und begründe die Auswahl anhand von Markenpassung und Produktionsrisiken. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Visuelle Leseführung prüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein A4-Akquisebrief an Produktionsleitungen enthält oben ein sehr großes Firmenlogo, eine lange Einleitung in neun Punkt, drei gleich große Nutzenkästen, eine technische Grafik ohne Beschriftung und die Terminanfrage in kleiner Schrift unterhalb der Signatur; der Rand beträgt acht Millimeter. Erstelle einen visuellen Prüfbericht mit priorisierten Schwachstellen und überarbeite die Seitenarchitektur zu einer lesbaren Informationsfolge vom Anlass über Nutzen und Beleg bis zur Handlungsaufforderung. Gib konkrete Empfehlungen zu Schriftgrößen, Kontrast, Weißraum, Textlängen, Blickankern, Grafikbeschriftung und Platzierung der Terminanfrage, zeige die neue Struktur in einem textuellen Vorher-nachher-Wireframe und kennzeichne die Bewertung als Gestaltungsprüfung statt als empirischen Nachweis realer Leserreaktionen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

7.1 Zielgruppenspezifische Varianten entwickeln

Segment-Varianten-Matrix erstellen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Energieüberwachung für Betriebsgebäude plant 720 postalische Erstkontakte, davon 300 an Kühlhausbetreiber, 240 an metallverarbeitende Werke und 180 an Handelsunternehmen mit mehreren Filialen; sein System erfasst Verbrauchsdaten und erstellt Abweichungsberichte, ohne Einsparungen zu garantieren. Entwickle eine Segment-Varianten-Matrix mit je einem fachlich passenden Problembezug, Nutzenargument, Betreff, Belegbedarf und Gesprächsangebot für die drei Empfängergruppen. Halte Leistungsumfang und Absenderpositionierung konstant, unterscheide typische Betriebsmerkmale von ungeprüften Schwierigkeiten einzelner Unternehmen, definiere je Variante die benötigten Zuordnungsdaten und liefere ein Freigaberaster, das sowohl inhaltliche Passung als auch den Aufwand der zusätzlichen Druckvarianten prüft. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Modulare Textbausteine entwickeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Dienstleister für vorbeugende Förderanlagenwartung versendet 600 Briefe an Logistikzentren, Lebensmittelwerke und Montagebetriebe; überall bietet er Anlagenprüfung, Zustandsbericht und ein unverbindliches Fachgespräch an, bei jeweils anderen Betriebsabläufen. Erstelle einen unmittelbar verwendbaren Satzkasten für Serienbriefe mit einem gemeinsamen Einstieg, drei branchenspezifischen Problem- und Nutzenmodulen, einem verbindenden Übergang und einem einheitlichen Abschluss mit Handlungsaufforderung. Formuliere sämtliche Bausteine vollständig aus, begrenze die variablen Module auf jeweils 260 Zeichen, prüfe Grammatik und Argumentationsfluss für alle drei Kombinationen und vermeide persönliche Anreden, unbelegte Stillstandsbehauptungen sowie Wiederholungen zwischen festem und variablem Text. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Kommunikationsvarianten regelbasiert zuordnen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Hersteller von Zutrittskontrolltechnik will 520 Unternehmen anschreiben und verfügt je Datensatz über Branche, Anzahl der Standorte, zuständige Empfängerfunktion und ein geprüftes Werbesperrkennzeichen; vorgesehen sind Varianten für Einzelstandorte, Mehrstandortbetriebe und Unternehmen ohne bestätigte Standortzahl. Entwickle eine ausführbare Wenn-Dann-Zuordnungslogik mit Prioritäten, Ausschlüssen und einer sicheren Standardvariante, die jeden zulässigen Datensatz genau einem Brieftext zuweist. Trenne Merkmale für die fachliche Botschaft von der postalischen Adressierung, behandle widersprüchliche oder fehlende Standortangaben nachvollziehbar, gib die Regeln als Entscheidungstabelle und Pseudocode aus und prüfe sie an sechs selbstständig ausgefüllten Grenzfällen einschließlich einer bestehenden Werbesperre. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Segmentbotschaften auf Konsistenz prüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Anlageninspektionen bewirbt bei Chemiebetrieben eine Sichtprüfung ohne Eingriff in die Produktion, verspricht Lebensmittelwerken im Branchenbrief jedoch “garantiert weniger Ausfälle” und behauptet auf der gemeinsamen Landingpage, sämtliche Maschinen würden repariert; tatsächlich bietet er nur Prüfungen und Berichte an. Erstelle einen Konsistenzbericht für die beiden Briefvarianten und die Landingpage mit widersprüchlichen Aussagen, deren Risiken und korrigierten Formulierungen. Entwickle anschließend eine verbindliche Botschaftsbasis mit gemeinsamen Leistungsfakten, zulässigen branchenspezifischen Nutzenhypothesen und klaren Formulierungsverboten, ordne jede Korrektur einer Textstelle zu und trenne sachliche Leistungsgrenzen von bloß unterschiedlichen Tonalitäten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

7.2 Individuelle Zielkundenansprache

Schlüsselkundenansprache ausarbeiten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Prüfstandhersteller möchte die technische Leitung der Nordtal Komponenten GmbH anschreiben, die auf ihrer Website einen zusätzlichen Montagestandort angekündigt hat; angeboten werden modulare End-of-Line-Prüfstände, eine technische Vorbesprechung und standortbezogene Planung, jedoch keine schlüsselfertige Produktionslinie. Erstelle ein individuelles Anschreiben samt Betreff und ein internes Argumentationsblatt, das den Standortausbau mit möglichen Anforderungen an neue Prüfabläufe verbindet. Formuliere eine respektvolle, fachlich spezifische Ansprache ohne erfundene Ansprechpartner oder interne Projektkenntnisse, kennzeichne im Argumentationsblatt bestätigte Angaben und bloße Bedarfshypothesen getrennt und biete einen unverbindlichen Austausch an, ohne einen bereits bestehenden Beschaffungsbedarf zu behaupten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Unternehmensbezogene Aussagen plausibilisieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Für ein Akquiseanschreiben an die Rhenoweg Logistik GmbH liegen drei Hinweise vor: Die Unternehmenswebsite meldet die Eröffnung eines zweiten Lagers, eine Stellenanzeige sucht zwei Disponenten und ein drei Jahre alter Fachartikel erwähnt eine automatische Sortieranlage; der Absender bietet Lagerprozessberatung an. Prüfe die vorgesehenen Aussagen “Ihr Lager wächst stark”, “Ihre Abläufe sind überlastet” und “Sie benötigen eine neue Sortierlösung” in einem belegorientierten Freigabeprotokoll. Ordne jede Behauptung ihrem tatsächlichen Quellengehalt, möglichen Gegenhypothesen und Aktualitätsrisiken zu, formuliere belastbare Alternativen für den Brief, definiere nötige Nachrecherchen und unterscheide ausdrücklich veröffentlichte Ereignisse von nicht nachgewiesenen internen Problemen oder Investitionsabsichten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Mehrpersonen-Mailing koordinieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Produktionssoftware möchte bei 24 ausgewählten Maschinenbauunternehmen jeweils die Fertigungsleitung, IT-Leitung und kaufmännische Leitung postalisch erreichen; alle Sendungen sind für dieselbe Woche geplant und die gemeinsame Leistung umfasst Produktionsdatenerfassung und Auswertungsberichte. Entwickle einen koordinierten Mehrpersonen-Mailingplan mit je einem konkreten, voneinander abgegrenzten Textbaustein pro Funktion und einer Kernbotschaft. Lege Versandanzahl, Zuordnungs- und Freigaberegeln, Kennzeichnung zusammengehöriger Kontakte im CRM sowie Maßnahmen gegen widersprüchliche Aussagen und unnötige Doppelansprachen fest, berücksichtige unbekannte Namen durch funktionsbezogene Adressierung und plane die Bearbeitung mehrerer Reaktionen desselben Unternehmens als eine gemeinsame Verkaufschance. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Personalisierungsaufwand wirtschaftlich bewerten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Wartungsanbieter plant 900 Erstkontakte, darunter 50 Schlüsselkunden; ein Standardbrief kostet 1,70 Euro je Sendung, eine branchenspezifische Fassung 2,20 Euro je Sendung zuzüglich 480 Euro Einrichtung und ein individueller Brief 16 Euro je Sendung zuzüglich 400 Euro Vorbereitung, bei 5400 Euro Deckungsbeitrag je Neukunde. Vergleiche die Kosten einer vollständig standardisierten Aussendung mit einer Mischstrategie aus 850 Branchenbriefen und 50 Einzelanschreiben und berechne die zusätzliche Zahl erwarteter Neukunden, die den Mehraufwand ausgleichen müsste. Stelle Kostenstruktur, Break-even, Unsicherheiten und Kapazitätsfolgen transparent dar, entwickle einen begrenzten Test der aufwendigen Variante und unterstelle mangels Messdaten weder bessere Rückmeldequoten noch eine sichere wirtschaftliche Überlegenheit. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

7.3 Serienbriefe technisch vorbereiten

Personalisierungsfelder definieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein B2B-Dienstleister will 750 Serienbriefe an Werksleitungen erstellen und führt dafür eine CSV-Datei mit Firmenname, Rechtseinheit, Standort, Abteilung, bestätigtem Ansprechpartner, Briefvariante und Werbesperrstatus; der Druckdienstleister benötigt eindeutige Feldnamen und fehlerfrei zusammengesetzte Anschriften. Erstelle eine technische Feldspezifikation für die Serienbriefvorlage mit Pflichtfeldern, optionalen Feldern, Datentypen, zulässigen Werten und eindeutigen Platzhaltern für Adressblock, Anrede und variablen Nutzenabsatz. Definiere Validierungs- und Sperrregeln vor dem Export, unterscheide leere Felder von der textlichen Ausgabe fehlender Angaben, ergänze zwei vollständig ausgefüllte Musterdatensätze und verhindere, dass interne Steuerfelder im gedruckten Brief sichtbar werden. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Fallback-Regeln entwickeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Hersteller technischer Reinigungsgeräte verwendet Serienbriefe mit persönlicher Anrede, Funktionsbezeichnung, Standort und branchenspezifischem Nutzenabsatz; bei einem Teil der 640 Datensätze fehlen Namen, bei anderen sind Funktionen ungeprüft oder Branchen nicht eindeutig zugeordnet. Erstelle eine Fallback-Logik mit Anrede- und Textalternativen für bestätigte Namen, nur bestätigte Funktionen und unbekannte Empfänger sowie mit einer neutralen Nutzenpassage bei unklarem Segment. Formuliere die Regeln als Entscheidungstabelle mit Beispielen für jede Konstellation, verhindere grammatisch fehlerhafte Anreden, erfundene Ansprechpersonen und leere Platzhalter, definiere einen Prüfstatus für widersprüchliche Angaben und behandle bestehende Werbesperren stets als Ausschluss statt als Auslöser eines Ersatztextes. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Serienbrief-Testdatensätze erstellen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Lettershop testet eine Vorlage für 1100 B2B-Erstbriefe mit den Feldern Datensatz-ID, Firma, Standort, Straße, Hausnummer, Postleitzahl, Ort, Empfängerfunktion, Ansprechpartner, Segmentcode und Werbesperre; die Vorlage nutzt drei branchenspezifische Textmodule und eine allgemeine Ersatzfassung. Erzeuge zwölf vollständig erfundene CSV-Testdatensätze mit problematischen Kombinationen, darunter lange Firmennamen, Umlaute, fehlende Personenangaben, mehrere Standorte, doppelte Empfänger, ungültige Segmentcodes und eine aktive Werbesperre. Gib zusätzlich eine Soll-Ergebnis-Tabelle mit erwarteter Anrede, Textvariante, Versandfreigabe und Fehlermeldung je Testfall aus, achte auf saubere Trennzeichen und UTF-8-Tauglichkeit und mache jede Sonderkonstellation durch einen eindeutigen Prüfschlüssel reproduzierbar. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Variable Textlängen gegen Layoutgrenzen prüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Serienbrief an Produktionsleitungen besitzt für den variablen Nutzenabsatz ein Textfeld von 155 Millimetern Breite und 46 Millimetern Höhe bei zehn Punkt Schrift und 13 Punkt Zeilenabstand; drei Segmentfassungen umfassen 370, 520 und 690 Zeichen, während Firmennamen im Adressblock bis zu 75 Zeichen lang sein können. Erstelle ein Prüfmodell für mögliche Textüberläufe und untersuche die drei Segmentfassungen sowie besonders lange Adressfelder anhand plausibler Zeilenumbrüche. Leite eine Risikoeinstufung, feste Zeichen- oder Zeilenbudgets und gekürzte Ersatzfassungen ab, behandle Wortlängen, Umbrüche und Schriftmetriken ausdrücklich als Unsicherheiten und definiere verbindliche Prüffälle für die spätere tatsächliche PDF- und Andruckkontrolle statt aus Zeichenzahlen eine sichere Layoutfreigabe abzuleiten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

8.1 Produktionsabläufe und Freigaben

Produktionsablauf mit Meilensteinen erstellen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter industrieller Schließtechnik möchte in fünf Arbeitswochen 1600 personalisierte Briefe mit zwei Branchenvarianten versenden; Marketing liefert die Texte, Vertrieb die bereinigten Empfängerlisten, ein Lettershop übernimmt Druck und Kuvertierung, und die Geschäftsführung entscheidet über die Einlieferung. Erstelle einen rückwärts geplanten Produktionsablauf mit Arbeitspaketen, Dauerannahmen, Übergaben, Meilensteinen und Freigabepunkten vom finalen Datenexport bis zur dokumentierten Postübergabe. Verknüpfe Texte, Daten, Druckvorstufe, Korrekturabzug, Musterkuvertierung und Versandfreigabe über klare Abhängigkeiten, lege für verspätete Zulieferungen praktikable Puffer und Eskalationen fest und liefere eine Terminübersicht, die Verantwortlichkeiten und erforderliche Nachweise je Meilenstein sichtbar macht. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Kritischen Terminpfad bestimmen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Lettershopprojekt umfasst folgende voneinander abhängige Aufgaben in Arbeitstagen: Adressprüfung vier und Textfreigabe drei parallel, Rechtsprüfung zwei nach beiden, Layout vier nach Textfreigabe, Andruck zwei nach Rechtsprüfung und Layout, Druck fünf nach Andruck, Kuvertierung drei nach Druck sowie Einlieferung als eintägiger Abschlussschritt nach Kuvertierung. Berechne in einem Netzplan den frühesten Fertigstellungstermin, den kritischen Pfad und die zeitlichen Puffer der nicht kritischen Aufgaben. Stelle für jeden Schritt frühesten und spätesten Beginn sowie das Ende dar, prüfe, ob eine geplante Einlieferung nach 18 Arbeitstagen erreichbar ist, und simuliere getrennt eine zweitägige Verzögerung der Adressprüfung und des Layouts, ohne parallele Arbeiten fälschlich zu addieren. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Freigabeverantwortlichkeiten zuordnen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Messgeräteanbieter bereitet 950 dreifach variierte Werbebriefe vor; Marketing verantwortet Aussagen und Gestaltung, Vertrieb die Zielkundenauswahl, Datenschutz die personenbezogenen Angaben, Recht die Werbeprüfung, der Lettershop den Andruck und die Geschäftsführung den Versandbeschluss. Erstelle eine RACI-Matrix mit eindeutiger Ergebnisverantwortung für Brieftexte, Adressdaten, Personalisierungslogik, Druckvorlage, Produktionsmuster und endgültige Versandfreigabe. Beschreibe je Freigabe die vorzulegenden Nachweise, die Reihenfolge der Prüfungen, verbindliche Stoppgründe und das Vorgehen bei widersprüchlichen Rückmeldungen, unterscheide fachliche Beratung von entscheidungsbefugter Freigabe und verhindere, dass der Lettershop offene Rechts- oder Datenschutzfragen stillschweigend übernimmt. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Produktionsstörung systematisch bewältigen
Foto machen. Prompt ausführen.
Zwei Arbeitstage vor der geplanten Einlieferung meldet ein Lettershop, dass bei 240 von bereits 600 kuvertierten Briefen möglicherweise die falsche Branchenbeilage steckt; weitere 900 Sendungen sind noch unverarbeitet, und die sichere Zuordnung der betroffenen Umschläge ist nicht dokumentiert. Entwickle einen Sofortmaßnahmen- und Wiederanlaufplan mit Produktionsstopp, Separierung, Bestandsabgleich, Ursachenprüfung, Ersatzfertigung und erneuter Freigabe. Lege fest, wie zweifelhafte Sendungen identifiziert oder neu hergestellt werden, wer Dienstleister und Vertrieb informiert, welche Mengen, Zusatzkosten und Liefertermine zu erfassen sind und unter welchen nachweisbaren Bedingungen ein Teilversand zulässig wäre, ohne unkontrollierte Fehlsendungen zugunsten des Termins zu akzeptieren. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

8.2 Dienstleister und Fertigungskosten

Lettershop-Leistungsverzeichnis erstellen Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Hersteller von Wartungssensoren möchte 2400 Erstbriefe in drei Textvarianten an Betriebe in Deutschland versenden; geliefert werden geprüfte CSV-Daten und eine gestaltete Druckvorlage, während der Lettershop personalisieren, beidseitig drucken, falzen, kuvertieren und die Sendungen einliefern soll. Erstelle ein anbieterneutral formuliertes Leistungsverzeichnis für eine vergleichbare Angebotsanfrage mit Mengen, Materialanforderungen, Datenformaten, Fertigungsschritten und gewünschten Liefernachweisen. Ergänze Vorgaben für Musterfreigabe, sichere Datenübertragung, Variantenzuordnung, Nachdruck, Umgang mit Fehlmengen, Unterauftragnehmern und Löschung von Arbeitsdaten sowie konkrete Abnahmekriterien; trenne vereinbarte Leistungen von produktspezifischen Postvorgaben, die vor Auftragserteilung bestätigt werden müssen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Druckangebote vergleichbar bewerten Foto machen. Prompt ausführen.
Für 1600 gleichartige Werbebriefe liegen drei Fertigungsangebote vor: A verlangt 420 Euro Einrichtung und 1,10 Euro je fertig kuvertierter Sendung, B verlangt 190 Euro und 1,30 Euro, C verlangt 650 Euro und 1,06 Euro; das kalkulatorische Porto beträgt einheitlich 0,95 Euro je Sendung, bei B fehlt ein geprüfter variabler Andruck. Erstelle eine normalisierte Angebotsrechnung samt Gesamtkosten, Stückkosten und dokumentiertem Leistungsumfang mit Freigabestatus sowie eine begründete Vergabeempfehlung. Vergleiche zusätzlich Terminverbindlichkeit, Datenkontrollen, Nachdruckregelung und mögliche Zusatzkosten eines fehlenden Andrucks, kennzeichne diese Kosten als ungeklärt statt sie zu erfinden und definiere Mindestnachweise, bevor ein preisgünstiges Angebot als tatsächlich gleichwertig gilt. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Materialmengen berechnen Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Lettershop produziert drei Versandlose mit 600, 700 und 500 Geschäftsbriefen; jede Sendung enthält zwei A4-Blätter, eine A5-Fachkarte und einen C5-Umschlag, für die A4-Blätter sind drei Prozent, für Karten fünf Prozent und für Umschläge zwei Prozent zusätzlich als Produktionsausschuss eingeplant. Erstelle eine beschaffungsfertige Materialbedarfsliste für jedes Los und die Gesamtauflage nach Materialart einschließlich Sicherheitsmengen und einer eindeutigen Rundungsregel auf ganze Stück. Unterscheide fertige Versandmenge und Fertigungsbedarf, rechne A4-Blätter, A5-Karten und Umschläge getrennt, prüfe die Summenkonsistenz zwischen Einzel- und Gesamtbestellung und erläutere, wann eine gemeinsame Materialreserve statt mehrfacher losbezogener Aufschläge wirtschaftlich sinnvoll sein kann. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Produktionsgesamtkosten modellieren Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Druckdienstleister kalkuliert 1800 personalisierte Mailings mit 680 Euro Daten- und Druckvorbereitung, 350 Euro Andruckfreigabe, 0,47 Euro Druck, 0,22 Euro Umschlag, 0,33 Euro Kuvertierung und 0,15 Euro variabler Datenverarbeitung pro Sendung; zusätzlich werden 0,95 Euro Porto je eingelieferter Sendung angesetzt. Erstelle ein nach Fixkosten, Fertigung, variablen Datenarbeiten und Porto getrenntes Kostenmodell mit Stückkosten sowie Vergleichswerten für 900 und 1800 Sendungen. Berechne außerdem eine Nachfertigung von drei Prozent der ursprünglichen Auflage nur für Druck, Umschlag, Kuvertierung und Datenarbeit, unterscheide Ersatzproduktion von zusätzlichem Versand und identifiziere die Kostentreiber, ohne Mengenrabatte, Steuern oder zusätzliche Portokosten stillschweigend anzunehmen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

8.3 Porto und Versandwellen

Versandprodukte wirtschaftlich vergleichen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein technischer Beratungsdienst möchte 1100 adressierte Werbebriefe mit je 18 Gramm bundesweit versenden; der normale Brief kostet laut interner Planung 0,95 Euro je Sendung, ein Lettershop bietet für ein Werbeversandprodukt 0,64 Euro je Sendung zuzüglich 210 Euro Sortier- und Einlieferungskosten an. Vergleiche beide Versandwege in einer prüfbaren Entscheidungsvorlage anhand von Gesamtporto, Zusatzkosten, erforderlicher Vorleistung, Sendungscharakter und organisatorischem Aufwand. Berechne die Gesamtkosten und den Kostenvorteil, kennzeichne alle Preise ausdrücklich als Angebotsannahmen, führe offene Prüfungen zu Mindestmengen, zulässigem Werbeinhalt, Maschinenfähigkeit, Mehrwertsteuer und Zustellziel auf und empfehle eine Alternative nur unter den jeweils bestätigten Produktbedingungen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Gewichts- und Mengenschwellen prüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Lettershop plant 2000 Sendungen in drei Ausführungen: 850 Briefe zu 18 Gramm, 750 zu 49 Gramm und 400 mit zusätzlicher Fachkarte zu 57 Gramm; das kalkulatorische Angebot sieht für bis zu 50 Gramm 0,64 Euro und für mehr als 50 bis 100 Gramm 0,81 Euro vor, sofern die jeweilige Produktzulassung bestätigt wird. Erstelle eine Schwellenanalyse mit Sendungszahlen je Gewichtsband, Gesamtkosten nach den Angebotswerten und dem Effekt von zwei Gramm Mehrgewicht auf jede Ausführung. Prüfe, welche Ausführungen durch eine Materialänderung das Preisband wechseln könnten, unterscheide gemessene von rechnerischen Gewichten, benenne nötige Prüfungen zu Format, Mindestmengen, Staffelpreisen und tatsächlichem Stückgewicht und gib keine unbestätigte postalische Tarifberechtigung als sicher aus. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Postalische Einlieferungsstruktur vorbereiten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Maschinenprüfdienst versendet 1500 adressierte Werbebriefe in zwei Textvarianten; 560 Empfänger liegen in einem regionalen Postleitzahlengebiet, 440 in einem zweiten und 500 verteilen sich auf weitere Regionen, und der Lettershop soll die Sendungen in einem abgestimmten Einlieferungsfenster übergeben. Erstelle einen operativen Einlieferungsplan mit Loskennzeichen, Stückzahlkontrolle, regionaler Zuordnung, Datenversionsbezug, Behälterübersicht und Protokoll für die tatsächliche Übergabe. Berücksichtige die Trennung der Textvarianten im Fertigungsnachweis, die Rückverfolgbarkeit von Fehlmengen, einen Abgleich zwischen Versanddatei und physischem Bestand sowie die vorab nötige Bestätigung von Sortierfolge, Behälterkennzeichnung, Einlieferungslisten und Annahmestelle durch den beauftragten Postdienstleister. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Versandwellen mit Vertriebskapazitäten abstimmen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Gebäudetechnik möchte 1800 Unternehmen in vier aufeinanderfolgenden Reaktionswochen ansprechen; je 100 Briefe erwartet er drei Antworten, davon 60 Prozent qualifizierte Kontakte und daraus 50 Prozent Erstgespräche, während der Vertrieb in den vier Wochen vier, sechs, sechs und acht Gesprächsplätze frei hat. Entwickle eine Versandwellenplanung, die Zustell- und Reaktionsfenster so verknüpft, dass die rechnerisch erwarteten Gespräche innerhalb der vorhandenen Wochenkapazitäten bleiben. Lege Mengen, Prüfzeitpunkte und Reserve je Welle fest, berücksichtige schwankende Rückläufe und verzögerte Antworten, rechne erwartete Gespräche nicht zu garantierten Terminen auf und formuliere klare Auslösebedingungen für das Verschieben oder Verkleinern einer Folgeaussendung. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

8.4 Druck- und Versandqualität sichern

Druckdatenprüfung vorbereiten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Dienstleister versendet 1300 personalisierte A4-Briefe mit einer farbigen, beidseitigen A5-Beilage im C5-Umschlag; die Agentur liefert druckfertige PDFs und variable Texte als Datendatei, der Lettershop verlangt einen kontrollierten Andruck vor der Serienproduktion. Entwickle eine drucktechnische Preflight-Prüfliste mit Verantwortlichkeiten und Abnahmekriterien für Seitenformat, Beschnitt der Beilage, Schriften, Bilder, Farbkonvertierung, variablen Satz und Anschriftenposition. Trenne automatisiert prüfbare Dateieigenschaften von visuellen und physischen Musterprüfungen, bestimme den Umgang mit fehlerhaften Exporten, Versionen und erneuten Freigaben und kennzeichne produkt- sowie dienstleisterabhängige Vorgaben, die nicht allein aus einem PDF abgeleitet werden können. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Personalisierte Adresszuordnung testen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Lettershop fertigt 1800 Briefe mit drei branchenspezifischen Textfassungen; jede Versandzeile besitzt eine eindeutige ID, Firma, Adresse und Variantenkennung, und gedruckter Brief sowie Fensterumschlag müssen exakt demselben Datensatz entsprechen, während zwei Empfänger zusätzlich an verschiedenen Werksstandorten sitzen. Entwirf einen Ende-zu-Ende-Test für die Zuordnung von Datenzeile, Brieftext, Anschriftenfeld und fertig kuvertierter Sendung mit acht gezielten Prüffällen. Lege Kontrollmerkmale, Soll-Ist-Protokoll, Stichproben je Produktionslauf, Abbruchkriterien bei falscher Zuordnung und Verfahren zur erneuten Vollprüfung betroffener Lose fest, berücksichtige Risiken offengelegter personenbezogener Inhalte und unterscheide bloß passende Adressfelder von tatsächlich korrekt zusammengehörigen Dokumenten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Kuvertierung und Beilagen prüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Lettershop verarbeitet 1650 Akquisebriefe, davon 1050 in Variante A mit einem Anschreiben und 600 in Variante B zusätzlich mit einer technischen Fachkarte und einer Antwortkarte; beide Varianten verwenden identische C5-Umschläge und werden auf derselben Kuvertierlinie gefertigt. Erstelle einen Prüfplan für Materialbereitstellung, Maschinenumrüstung, Vollständigkeit der Beilagen, richtige Variantenkombination und Endmengenkontrolle mit klarer Zuordnung der Stückzahlen je Produktionslos und Gebinde. Definiere Anfahrmuster, wiederkehrende Stichproben, Erkennung doppelter oder fehlender Einleger, Ausschussverbuchung und verbindliche Stopps bei Fehlbefüllung, und zeige, wie die Nachprüfung der betroffenen Fertigungsstrecke dokumentiert wird, bevor weitere Sendungen freigegeben werden. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Versandfreigabe bereichsübergreifend prüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Für 1800 bereits produzierte B2B-Mailings liegen Druckmuster, Einlieferungsliste und Datenabgleich vor; nach der letzten Kontrolle wurden 18 zusätzliche Werbewidersprüche und 26 unklare Adressen festgestellt, die unterschiedliche, noch nicht eingelieferte Sendungen betreffen. Erstelle eine bereichsübergreifende Go- oder No-Go-Prüfung für Marketing, Vertrieb, Datenschutz, Druckdienstleister und Versandverantwortliche mit einem ausgefüllten Freigabeprotokoll. Trenne endgültig gesperrte von klärungsbedürftigen Sendungen, berechne die zunächst maximal freigabefähige Menge, fordere physische Separierung und aktualisierte Einlieferungsunterlagen, lege je Prüffeld Beleg und Freigabeverantwortung fest und verbiete die Übergabe einer überholten Versanddatei trotz bereits erfolgter Produktion. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

9.1 Rückmeldewege vorbereiten

Reaktionskanäle vergleichen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter industrieller Filterwartung verschickt 900 Briefe an Produktionsleitungen und bietet ein 20-minütiges Fachgespräch an; als Rückmeldewege stehen ein besetztes Telefon mit sechs Stunden Erreichbarkeit täglich, eine kurze Webadresse mit Anfrageformular und eine portofreie Antwortkarte zur Auswahl. Erstelle eine Entscheidungsmatrix für diese drei Kanäle und empfehle eine primäre sowie höchstens zwei ergänzende Kontaktmöglichkeiten für das Anschreiben. Bewerte Zugangshürden, Bearbeitungsaufwand, Rückfragefähigkeit, erforderliche Dateneingaben, Barrierefreiheit, Datenschutz und eindeutige Kampagnenzuordnung, unterscheide bloße Rückmeldungen von qualifizierten Gesprächsanfragen und lege fest, wie unbeantwortete oder außerhalb der Telefonzeiten eingehende Anliegen zuverlässig aufgefangen werden. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Postalische Antwortkarte gestalten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Hallentorwartung legt 650 Erstbriefen eine Antwortkarte im Format DIN A6 bei; Betriebsleitungen können einen Rückruf zu Wartungsintervallen oder einen Leistungsüberblick per Post anfordern, die Rücksendekosten trägt der Absender nur bei bestätigter postalischer Vereinbarung. Gestalte eine beidseitige, unmittelbar setzbare Antwortkarte mit kurzer Überschrift, eindeutigen Auswahlfeldern, minimal notwendigen Kontaktangaben und einer gut sichtbaren Rücksendeanschrift. Formuliere die vollständigen Kartentexte, trenne eine konkrete Kontaktanforderung von einer allgemeinen Werbeeinwilligung, berücksichtige ausreichend Platz für handschriftliche Einträge sowie Aufschrift und Frankiervermerk und kennzeichne die tatsächliche postalische Rückantwortzulassung als vor Druckfreigabe zu prüfenden Punkt. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

QR-Code- und URL-Strecke prüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Prüfgerätehersteller druckt auf 1200 Briefen zwei QR-Code-Varianten und die lesbare Kurzadresse einer gemeinsamen Landingpage; die Links sollen lediglich Kampagne und Briefvariante kennzeichnen, nicht einzelne Empfänger, und auch auf älteren Smartphones funktionieren. Entwickle einen technischen Abnahmeplan für den Weg vom gedruckten Code beziehungsweise der eingetippten URL über Weiterleitungen bis zum mobilen Anfrageformular. Lege Testfälle für Scanbarkeit bei unterschiedlichem Druckkontrast, Tippfehler, nicht erreichbare Seiten, HTTPS, Ladezeit, barrierearme Bedienung, datensparsame Zuordnung und Ausfall der Weiterleitung fest, definiere Soll-Ergebnisse und Fehlerprioritäten und stelle klar, welche Live- und Druckmustertests vor einer tatsächlichen Freigabe durchzuführen sind. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Rückmeldungen kanalübergreifend organisieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Nach 1000 postalischen Erstkontakten eines Anlagenprüfers treffen innerhalb von zwei Wochen 21 Formularanfragen, 14 Telefonanrufe und sieben Antwortkarten ein; manche Unternehmen melden sich über mehrere Wege, während ein Empfänger zugleich weitere Werbung untersagt. Entwirf einen zentralen Eingangsbearbeitungsprozess mit Erfassungsmaske, eindeutigen Vorgangskennzeichen, Zuständigkeiten und einer täglich abzuarbeitenden Kontrollliste. Lege Regeln zum Zusammenführen derselben Anfrage bei abweichenden Kontaktkanälen fest, bewahre ursprünglichen Eingangskanal und Zeitstempel, unterscheide Unternehmens-, Kontakt- und Vorgangsdubletten, priorisiere den Werbewiderspruch unabhängig von Verkaufschancen und beschreibe, wie fehlende Rückrufangaben, verlorene Karten oder unbeantwortete Anrufe nachverfolgt werden. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

9.2 Digitale Kontaktstrecke entwickeln

Kampagnenlandingpage konzipieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Druckluft-Leckageprüfungen schickt 780 Werksleitungen einen Brief über mögliche Energieverluste und verweist auf eine Landingpage; er bietet eine Vor-Ort-Prüfung, eine priorisierte Fundstellenliste und ein unverbindliches Fachgespräch, jedoch keine zugesicherte Einsparquote. Entwickle eine vollständige Seitenkonzeption mit ausformulierten Texten für Einstieg, Leistungsdarstellung, nachvollziehbaren Prüfansatz, häufige Rückfragen und eine klar bezeichnete Terminanfrage. Ordne die Elemente in eine mobile Lesefolge, stimme Aussagen und Handlungsaufforderung mit dem Brief ab, verzichte auf erfundene Kundenreferenzen und unnötige Ablenkungen, definiere eine datensparsame Messung von Seitenaufrufen und tatsächlichen Anfragen und trenne technische Messbarkeit von einem Nachweis über Kaufinteresse. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Kontaktformular gestalten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein IT-Dienstleister bietet nach 850 Erstbriefen ein kostenfreies 25-minütiges Gespräch zur IT-Wartung an; sein Formular erfasst Firmenname, geschäftliche Kontaktadresse, Gesprächsthema und eine freiwillige Nachricht, aber weder Telefonnummer, Mitarbeiterzahl noch IT-Budget. Erstelle eine umsetzbare Formularspezifikation mit Feldbezeichnungen, Pflichtstatus, Hilfetexten, Validierung, Fehlermeldungen und vollständigem Bestätigungsdialog. Ergänze eine verständliche Information zur Datenverarbeitung mit Verweis auf die gesondert bereitzustellende Datenschutzerklärung, sichere Übermittlung, Schutz vor automatisierten Eingaben und interne Weiterleitung, verzichte auf eine verpflichtende Werbeeinwilligung und beschreibe drei Testfälle für fehlerhafte oder unvollständige Eingaben. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Online-Terminbuchung vorbereiten
Foto machen. Prompt ausführen.
Zwei Fachberater eines Anbieters für Fördertechnik bieten nach einer postalischen Kampagne jeweils drei Erstgesprächsfenster von 30 Minuten pro Arbeitswoche an; die Gespräche erfolgen telefonisch oder als Videokonferenz, Terminabsagen sollen bis einen Arbeitstag vorher selbstständig möglich sein. Erstelle ein Konfigurationskonzept für die Online-Terminbuchung mit Kalenderregeln, Pufferzeiten, Buchungshorizont, minimalen Pflichtangaben, Bestätigungstexten und Verfahren bei Umbuchung oder Absage. Verhindere Doppelbuchungen und eine Überschreitung der sechs verfügbaren Wochenplätze, berücksichtige Zeitzonen, Nichterreichbarkeit und technische Ausfälle, trenne notwendige Terminmitteilungen von optionaler Werbung und liefere einen Testkatalog einschließlich paralleler Buchungsversuche und kurzfristiger Absagen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Weiterführende Fachinformationen aufbereiten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Lagerklimamonitoring bietet nach einem Erstbrief einen zweiseitigen Fachleitfaden an; sein System erfasst Temperatur und Feuchte, meldet Grenzwertverstöße, garantiert aber keinen Schutz vor Warenverlusten und übernimmt keine gesetzlichen Lagerpflichten. Verfasse einen direkt verwendbaren Fachleitfaden für Lager- und Qualitätsleitungen mit einem kurzen Einstieg, fünf konkreten Prüffragen zum eigenen Betrieb, einer Checkliste zur Datenerfassung und einem sachlichen nächsten Schritt. Unterscheide technische Messung, organisatorische Reaktion und verantwortliche Entscheidung, ergänze eine kleine Auswertungshilfe für die Prüffragen, vermeide gesetzliche Pauschalzusagen oder erfundene Messwerte und gestalte das Dokument so, dass es intern ohne den ursprünglichen Werbebrief weitergegeben werden kann. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

9.3 Leads erfassen und qualifizieren

Eingehende Reaktionen klassifizieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anlagenwartungsdienst erhält nach seiner Briefkampagne acht Reaktionen: Terminwunsch, unklare Preisfrage, Datenblattwunsch, Kritik am Brief, Werbewiderspruch, Hinweis auf falsche Zuständigkeit, Anfrage eines Bestandskunden und Nachricht eines Zulieferers. Entwickle ein Klassifikationssystem für diese acht Fälle mit den getrennten Dimensionen Anliegen, Vertriebsrelevanz, Bearbeitungsdringlichkeit und rechtlicher Sonderbehandlung. Ordne alle Reaktionen in einer ausgefüllten Entscheidungstabelle zu, definiere eindeutige Erstmaßnahmen, verantwortliche Rollen und offene Klärungsfragen, behandle Kritik nicht automatisch als Kaufabsage und einen Werbewiderspruch nicht als schlechten Lead, und kennzeichne die unzureichende Informationslage einzelner Nachrichten statt Abschlusswahrscheinlichkeiten zu erfinden. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Lead-Scoring-Modell entwickeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Wartungssoftware erhält vier Anfragen nach Werbebriefen: A betreibt zwölf Werke und wünscht eine Demo, B hat einen Standort und bittet um ein Datenblatt, C betreibt sieben Werke und fragt nach Schnittstellen, D hat fünf Werke ohne konkret genanntes Anliegen; die Software eignet sich ab drei Standorten. Entwickle ein transparentes Lead-Scoring mit getrennten Teilwerten für Angebotsfit, ausdrücklich gezeigtes Interesse und Datengewissheit sowie klarer Übergabeschwelle an den Vertrieb. Bewerte alle vier Fälle, verwende nachvollziehbare Punktgewichte und Ausschlussregeln, behandle unbekannte Angaben neutral, unterscheide Kontaktintensität von Kaufbereitschaft und zeige an einem Grenzfall, weshalb ein hoher Score weder ein Abschlussversprechen noch einen Ersatz für fachliche Qualifizierung darstellt. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Bearbeitungsprioritäten festlegen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Vertriebsteam hat am ersten Arbeitstag nach Zustellung einer Briefwelle 26 offene Vorgänge: vier Werbewidersprüche, zwei Auskunftsersuchen, sechs angefragte Gespräche für die nächsten drei Tage, acht allgemeine Informationsbitten und sechs nicht zuordenbare Rückrufe; zwei Mitarbeiter können je fünf Stunden für die Bearbeitung nutzen. Erstelle eine priorisierte Tageswarteschlange mit Bearbeitungskategorien, Sofortmaßnahmen, Verantwortlichen und einer begründeten Reihenfolge für die verfügbaren zehn Stunden. Unterscheide rechtliche Fristen, vom Empfänger genannte Terminwünsche, wirtschaftliche Bedeutung und notwendige Klärungen, setze keine erfundenen Bearbeitungszeiten als Tatsachen voraus, dokumentiere Annahmen und eine Kapazitätsreserve und definiere Eskalationen für Vorgänge, die am Tagesende offenbleiben. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

CRM-Feldschema entwerfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein B2B-Messtechnikunternehmen will Rückmeldungen aus 1300 Werbebriefen in seinem CRM erfassen; ein Konzern kann mehrere Werke, ein Werk mehrere Kontakte und ein Kontakt mehrere Anfragen über Telefon, Webformular oder Antwortkarte haben, während Werbesperren unabhängig von Verkaufschancen bestehen bleiben müssen. Entwickle ein relationales CRM-Feldschema für Unternehmen, Standorte, Kontakte, Kampagnensendungen, Reaktionen, Verkaufschancen und Werbesperren mit Schlüsseln, Datentypen und Pflichtstatus. Definiere zulässige Statuswechsel, Dublettenregeln, Zuständigkeiten, Zeitstempel und eine nachvollziehbare Zuordnung zur Kampagne, trenne Kanalnutzung von belegtem Werbeeinverständnis, berücksichtige Datenminimierung und Löschprüfung und demonstriere die Beziehungen an einem vollständig ausgefüllten Mini-Datensatz. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

9.4 Anfragen und Gespräche bearbeiten

Antwortbibliothek erstellen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein mobiler Materialprüfdienst erhält nach 500 Erstbriefen sechs Anliegen: Terminanfrage, Bitte um Leistungsübersicht, Preisfrage, Wunsch nach anderem Ansprechpartner, Rückfrage zur Prüfmethode und Werbewiderspruch; angeboten werden Prüfbericht und Fachgespräch, aber keine garantierte Fehlerquote. Erstelle eine sofort verwendbare Antwortbibliothek mit sechs vollständigen, adressatengerechten Vorlagen einschließlich Betreff, sachlicher Kernaussage und passendem nächstem Schritt. Stelle die Erfüllung des jeweiligen Anliegens vor zusätzliche Verkaufsargumente, kennzeichne nötige individuelle Angaben als Platzhalter, vermeide unbelegte Leistungszusagen und unerbetene Werbung und ergänze für jede Vorlage einen internen Bearbeitungshinweis einschließlich Umsetzung einer Werbesperre. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Telefonischen Gesprächsleitfaden entwickeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Eine Betriebsleitung bittet nach einem Akquisebrief um Rückruf zu Produktionssoftware für Fertigungsdatenerfassung und Schichtübersichten; der Anbieter offeriert eine technische Erstberatung, kennt aber weder vorhandene Systeme noch das Budget. Erstelle einen vollständigen Gesprächsleitfaden für einen zwölfminütigen Rückruf mit Gesprächseröffnung, Abgleich des Anlasses, vier gezielten Klärungsfragen, verständlicher Leistungsabgrenzung und konkretem Abschluss. Formuliere natürliche Gesprächsübergänge und Reaktionen auf fehlende Zeit, unklare Zuständigkeit oder ausbleibenden Bedarf, verhindere suggestive Fragen und erfundene Vorinformationen, lasse den Gesprächspartner die nächste Maßnahme ausdrücklich wählen und grenze den angeforderten Rückruf von unerlaubter telefonischer Kaltakquise ab. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Bedarfsgespräch dialogisch simulieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Eine Leiterin eines Logistikzentrums hat nach einem Akquisebrief um ein Erstgespräch zu Rampenmanagement gebeten; sie betreut 45 Laderampen, berichtet über ungleich verteilte Anlieferungen und kennt weder Wartezeitumfang noch ein freigegebenes Softwarebudget, während der Anbieter Zeitfensterbuchung und Statusberichte anbietet. Simuliere ein Bedarfsgespräch als Dialog mit mindestens zwölf abwechselnden Redezügen und einer realistischen, zunächst unvollständigen Bedarfserkundung. Lass den Berater Prozessabläufe, Einflussgrößen, Zuständigkeiten und Erfolgskriterien erfragen, eine voreilige Deutung korrigieren und eine technische Grenze des Angebots offenlegen, bevor beide Seiten einen klaren nächsten Prüfschritt vereinbaren, und ergänze ein knappes Gesprächsprotokoll mit Fakten, Hypothesen und offenen Punkten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Einwände sachlich beantworten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter industrieller Kameraprüfung erhält nach einem Werbebrief fünf Einwände: “Wir haben bereits einen Anbieter”, “Das ist zu teuer”, “Uns fehlen technische Schnittstellen”, “Wir haben keine Zeit” und “Bitte keine weiteren Werbebriefe”; er bietet eine unverbindliche Machbarkeitsbesprechung und dokumentierte Schnittstellenprüfung, aber keine garantierten Kosteneinsparungen. Erstelle für jeden eine kurze Antwort mit Anerkennung, Klärungsfrage und angemessenem nächstem Schritt. Trenne echte Ausschlussgründe von prüfbaren Missverständnissen, verwende weder künstlichen Druck noch erfundene Wettbewerbsvergleiche, schlage bei fehlender Passung einen respektvollen Gesprächsabschluss vor und behandle den Werbewiderspruch ausschließlich als verbindlich umzusetzende Sperre. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

9.5 Vertriebsnachverfolgung steuern

Lead-Routing festlegen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anlagenwartungsanbieter erhält aus einer postalischen Kampagne Anfragen für Nord, Süd und bundesweite Konzernkunden; für Nord und Süd sind je ein Gebietsbetreuer zuständig, bundesweite Verträge betreut ein Key-Account-Team, während fachliche Spezialfragen unabhängig vom Gebiet an einen Ingenieur gehen sollen. Entwickle ein verbindliches Lead-Routing mit Prioritätsregeln für Konzernzugehörigkeit, Standort, fachlichen Prüfbedarf und Vertretung bei Abwesenheit sowie einer eindeutigen Zuordnung jeder Reaktion. Formuliere die Regeln als Entscheidungstabelle und prüfe sie an sechs Fällen einschließlich Mehrstandortkunde, fehlender Region, gleichzeitiger technischer Rückfrage und bestehendem Werbewiderspruch, verhindere doppelte Verkaufschancen und lege fest, wann die Zentrale eine manuelle Entscheidung treffen muss. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Bearbeitungsfristen planen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Vertriebsteam bearbeitet Rückmeldungen aus 1100 Werbebriefen werktags von 9 bis 17 Uhr bei zwölf Bearbeitungsstunden täglich; Terminwünsche sollen binnen eines Arbeitstags bestätigt werden, Informationsanfragen binnen zwei Arbeitstagen und Datenschutzanliegen gemäß gesondert zu prüfenden gesetzlichen Fristen. Entwickle einen Servicelevel-Plan mit unterschiedlichen Friststarts, Reaktionszielen, Wiedervorlagen und Eskalationen für die drei Anliegenklassen. Unterscheide Eingangsbestätigung von vollständiger fachlicher Bearbeitung, berücksichtige den Eingang außerhalb der Servicezeiten, dokumentiere die Prüfung gesetzlicher Fristen getrennt von internen Wunschzeiten und entwerfe ein belastbares Wochenmonitoring, das offene Vorgänge, Überfälligkeit und verfügbare Restkapazität sichtbar macht. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Vertriebsübergaben vollständig dokumentieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Nach einer Briefkampagne erhält ein Produktionsanalytiker drei Anfragen: Werk A mit 180 Beschäftigten benötigt eine Schnittstellenprüfung und wünscht einen Termin, Werk B mit 70 Beschäftigten fragt ohne weitere Angaben nach Preisen, Werk C mit 260 Beschäftigten benötigt einen Bericht zur Datensicherheit und hat ausdrücklich keinen Rückruf gewünscht. Erstelle drei ausgefüllte CRM-Übergabeprotokolle für den zuständigen Vertrieb mit Anliegen, belegten Fakten, offenen Fragen, nächster zulässiger Aktion, Terminbezug und verantwortlicher Rolle. Trenne Angaben des Empfängers von internen Vermutungen, dokumentiere Kontaktkanal und etwaige Kommunikationsgrenzen, verhindere unbestätigte Budget- oder Entscheidungsannahmen und ergänze je Fall eine Übergabeprüfung für die Bearbeitung ohne Doppelansprache. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Mehrstufige Nachfassfolge entwickeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Nach 600 Werbebriefen erhält ein Prüfdienstleister 24 Angebotsanfragen; die Interessenten verlangen Unterlagen per E-Mail und stimmen einem einzigen telefonischen Rückruf innerhalb von zehn Arbeitstagen zu, nicht aber allgemeiner Werbung. Entwickle eine abgestufte, vollständig ausformulierte Bearbeitungsfolge aus Eingangsbestätigung, angeforderter Angebotsübersendung, abgestimmtem Rückruf und abschließender Vorgangsdokumentation mit klaren Auslösern und Fristen. Lege je Stufe Kanal, Zuständigkeit, Mustertext, Abbruch- und Wiedervorlageregeln fest, berücksichtige nicht erreichbare Kontakte und Werbewidersprüche, vermeide zusätzliche Werbe-E-Mails oder Kaltanrufe außerhalb des erbetenen Vorgangs und trenne eine offen gebliebene Anfrage von einer Zustimmung zu weiterer Akquise. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

10.1 Messkonzept und Datenqualität

KPI-Steckbriefe erstellen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter industrieller Wartung hat 1500 Werbebriefe verschickt, 36 unzustellbare Sendungen zurückerhalten, 64 Reaktionsereignisse aus 52 Unternehmen erfasst, daraus 29 qualifizierte Interessenten, zwölf durchgeführte Gespräche und zwei Neukunden gewonnen. Erstelle sieben unmittelbar einsetzbare KPI-Steckbriefe für Versandleistung, eindeutige Reaktion, Leadqualität, Gesprächsquote, Abschlussleistung und wirtschaftliche Bewertung einschließlich einer geeigneten Leitkennzahl. Definiere je Kennzahl Zähleinheit, Zähler, Nenner, Datenquelle, Verantwortlichkeit und Aktualisierung, unterscheide Sendungen von Unternehmen und Reaktionsereignissen, bezeichne nicht zurückgekommene Briefe nicht als nachweislich zugestellt und ergänze konkrete Warnhinweise zu Mehrfachreaktionen sowie fehlenden Deckungsbeitragsdaten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Reaktionszuordnung modellieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Werkstattsoftware hat 1000 Briefe an 850 Unternehmen gesendet und erhält 30 Formularanfragen, 20 Anrufe und acht Antwortkarten; 23 Ereignissen fehlt ein eindeutiger Kampagnencode, und bei sechs Firmen treten Kontakte über mehrere Wege auf. Entwickle ein Zuordnungsmodell mit Datensatzschlüsseln, Erfassungsregeln und einer Entscheidungstabelle für sichere, plausible und unbekannte Kampagnenbezüge. Zeige, wie Kennzeichen aus Kurz-URL, Antwortkarte und CRM unter Wahrung der Datenminimierung verbunden werden, wann Vorgänge trotz verschiedener Kontaktwege zusammengehören, wie widersprüchliche Kontaktkennzeichen geprüft werden, welche Fälle manuell geklärt werden müssen und weshalb technisch zugeordnete Kontakte weder individuelle Brieflektüre noch zusätzliche Werbewirkung beweisen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Beobachtungszeiträume festlegen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Hersteller von Prüfgeräten hat drei Versandwellen mit je 500 Unternehmen in den Projektwochen eins, fünf und neun durchgeführt; zum Ende der zwölften Woche liegen 21, zwölf und vier Reaktionen sowie vier, zwei und null Vertragsabschlüsse vor, während Verkaufsentscheidungen bis zu 16 Wochen dauern können. Entwickle ein Auswertungskonzept mit getrennten Fristen für Zustellrückläufer, Erstreaktionen, qualifizierte Gespräche, Angebote und Vertragsabschlüsse sowie festen Regeln für die Nachmeldung verspäteter Ergebnisse. Bestimme einen gemeinsamen Datenstichtag, vergleichbare Beobachtungsalter und spätere Aktualisierungen je Welle, stelle eine Kohortenübersicht mit vorläufigen Kennzahlen zusammen und erläutere, warum jüngere Wellen nicht wegen fehlender Spätabschlüsse vorzeitig als schlechter gelten dürfen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Messdatenqualität prüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Messtechnikunternehmen verzeichnet nach 1200 Briefen 68 CRM-Reaktionen; in voneinander getrennten Fehlergruppen sind sieben Doppelerfassungen, fünf Fälle ohne Kampagnenherkunft, vier unplausible Zeitstempel und sechs Einträge ohne zuordenbare Unternehmenskennung enthalten, außerdem wurden 14 reine QR-Seitenaufrufe irrtümlich als Leads gezählt. Erstelle einen prüfbaren Datenqualitätsbericht mit Fehlerklassifikation, Sollregeln, korrigierbaren Vorgängen und einer bereinigten Kennzahlenbasis. Trenne echte Reaktionsvorgänge von Seitenaufrufen, rechne die bekannten Abzüge transparent vor, bewahre fehlende Zuordnungen als offene Fälle, definiere Prüfproben und Korrekturprotokolle und zeige, welche Erfolgskennzahlen bis zur Klärung nicht verlässlich veröffentlicht werden sollten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

10.2 Kampagnentests vorbereiten

A/B-Testplan entwickeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Lagertechnik kann 1400 unabhängige Unternehmen postalisch erreichen und möchte prüfen, ob ein problemorientierter Briefeinstieg mehr qualifizierte Rückmeldungen erzeugt als ein leistungsorientierter; Angebot, Briefgestaltung, Rückmeldeweg und Versandwoche bleiben gleich. Erstelle einen vorab festgelegten A/B-Testplan mit je 700 Unternehmen, überprüfbarer Zufallszuteilung, primärer Zielgröße und vollständiger Auswertungsregel für die ersten vier Wochen nach Zustellung. Beschreibe Hypothese, gleiche Branchenverteilung, Umgang mit Rückläufern und Mehrfachreaktionen, Einhaltung von Werbesperren, notwendige Dokumentationsfelder, Abbruchkriterien und eine unabhängige Qualitätskontrolle der Druckvarianten; kennzeichne die begrenzte Teststärke sowie explorative Nebenkennzahlen ausdrücklich. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Kontrollgruppen richtig bilden
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein B2B-Energieberater besitzt 1200 geeignete Zielunternehmen, darunter 180 Tochtergesellschaften aus 60 Unternehmensgruppen, und möchte den zusätzlichen Beitrag eines Werbebriefs gegenüber keiner aktiven Ansprache messen; im Versuchszeitraum sind parallele Vertriebsaktionen zu vermeiden. Entwickle einen Randomisierungs- und Kontrollgruppenplan, der ungefähr die Hälfte der Zielunternehmen dem Versand und die andere Hälfte einer nicht angeschriebenen Gruppe zuordnet. Behandle verbundene Unternehmen als gemeinsame Zuteilungseinheit, gleiche wichtige Branchen- und Größenmerkmale aus, definiere für beide Gruppen dieselben Ergebnisfenster, überwache ungewollte Kontakte und dokumentiere, wie trotz möglicher Clustergrößenunterschiede eine belastbare Wirkungsanalyse vorbereitet wird. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Erforderliche Stichprobengrößen abschätzen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Industrieausrüster plant einen zweiseitigen Test der positiven Reaktionsquote und erwartet in der Ausgangsvariante vier Prozent sowie in der neuen Variante sechs Prozent; er verfügt über höchstens 1600 unterschiedliche Unternehmen, wünscht fünf Prozent Signifikanzniveau und 80 Prozent Teststärke. Schätze die erforderliche Stichprobengröße je Variante für zwei unabhängige Anteile und beurteile, ob die vorhandene Auflage für den gewünschten Unterschied ausreicht. Lege Formel oder Rechenweg, Annahmen, die Wahl einer zweiseitigen Alternativhypothese und Rundung offen, ermittle ergänzend die grob erkennbare Mindestdifferenz bei 800 Unternehmen je Gruppe und erläutere, weshalb ein kleiner Test bei ausbleibender Signifikanz weder Gleichwertigkeit noch Wirkungslosigkeit nachweist. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Testverzerrungen erkennen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Verpackungsdienstleister vergleicht zwei Brieffassungen mit je 600 Empfängern; Variante A ging überwiegend an große Werke mit einem Anteil von 70 Prozent, Variante B nur zu 30 Prozent, die Sendungen lagen zwei Wochen auseinander und zwölf telefonische Reaktionen auf A fehlen im CRM. Erstelle ein Bias-Audit, das die Vergleichbarkeit der Gruppen, Zustellzeitpunkte, Datenerfassung und möglichen weiteren Kontaktaktivitäten systematisch untersucht. Ordne jedem Problem den vermuteten Verzerrungsmechanismus, seine Richtung soweit begründbar, eine nachträgliche Prüfmaßnahme und eine Verbesserung des nächsten Testdesigns zu, unterscheide beobachtete Unterschiede von nachgewiesenen Ursachen, entwickle eine Checkliste gegen ähnliche Fehler und untersage eine ungeprüfte Siegerkür aus den Rohquoten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

10.3 Kampagnenergebnisse analysieren

Lead-Funnel auswerten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Prüfgeräteanbieter hat 1400 verschiedene Unternehmen einmal postalisch angeschrieben, 70 Reaktionsereignisse aus 56 Unternehmen erfasst und daraus 31 qualifizierte Leads, 16 durchgeführte Erstgespräche, zehn Angebote sowie drei neue Verträge gewonnen. Erstelle einen zahlenbasierten Lead-Funnel für das Management mit absoluten Stufenwerten, Übergangsquoten, kumulierten Abschlussquoten und ausgewiesenen Verlusten zwischen den Phasen. Verwende die eindeutigen Unternehmen statt der Reaktionsereignisse als Bezugsgröße für die Vertriebsstufen, stelle Berechnungen und Rundungen offen, identifiziere die rechnerisch auffälligsten Übergänge und leite drei konkrete Prüfaufträge ab, ohne aus niedrigen Quoten bereits eine Ursache oder aus den Verträgen einen kausalen Mailingeffekt abzuleiten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Segmentunterschiede entflechten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Wartungsanbieter vergleicht zwei Zielsegmente: In A antworteten zehn von 100 großen und 18 von 900 kleinen Betrieben, in B antworteten 72 von 900 großen und einer von 100 kleinen Betrieben; alle Unternehmen erhielten denselben Brief im gleichen Zeitraum. Analysiere die Reaktionsquoten je Segment insgesamt und getrennt nach Betriebsgröße und rechne einen Vergleich mit identischer Gewichtung großer und kleiner Betriebe durch. Erkläre die mögliche Umkehrung der Rangfolge durch unterschiedliche Größenverteilungen, stelle absolute Fallzahlen und die Unsicherheit der kleinen Teilgruppen dar und prüfe die Stabilität der Aussage bei kleinen Zellbesetzungen, vermeide vorschnelle Aussagen über die Überlegenheit eines Segments und leite eine konkrete Regel für künftige Zielgruppenvergleiche ab. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Zeitverzögerte Abschlüsse berücksichtigen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein B2B-Softwareanbieter hat je 400 Briefe in den Projektwochen eins, fünf und neun versendet; beim Reporting am Ende von Woche zwölf sind aus den Wellen sieben, drei und null Verträge entstanden, während weitere sechs, acht und neun Angebote noch offen sind und Kaufentscheidungen gewöhnlich mehrere Wochen benötigen. Erstelle eine kohortenbasierte Auswertung mit Alter der Versandwellen, bisheriger Abschlussrate, offenem Angebotsbestand und geeigneten späteren Kontrollzeitpunkten. Unterscheide abgeschlossene Vorgänge von rechtszensierten, noch nicht ausgereiften Chancen, zeige die Verzerrung eines einfachen Vergleichs der bisherigen Vertragszahlen, verwende keine unbelegte Abschlusswahrscheinlichkeit für offene Angebote und formuliere klare Kriterien für einen vorläufigen sowie endgültigen Kampagnenbericht. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Attributionsaussagen kritisch überprüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anlagenreiniger hat 900 Werbebriefe versendet und später sechs Neukunden gewonnen: Zwei meldeten sich über eine mit Kampagnencode versehene Antwortkarte, zwei wurden nur anhand ihrer Firmenkennung im CRM wiedergefunden und zwei befanden sich bereits vor dem Versand in aktiven Vertragsgesprächen. Erstelle ein Attributionsprotokoll mit Zuordnung, Belegstärke, alternativen Kontaktursachen und zulässiger Erfolgsaussage für jede dieser drei Fallgruppen, ergänzt um eine eigene Kategorie für unklare Zusammenhänge. Trenne beobachtete Reaktionen, vertriebliche Zuschreibung und kausale Zusatzwirkung, entwickle vorsichtige Berichtssätze und zeige, welche Kontrollgruppendaten oder dokumentierten Kontaktchronologien weiterhelfen würden, ohne sämtliche sechs Verträge als durch den Brief verursacht auszugeben. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

10.4 Wirtschaftlichkeit auswerten

Leadkosten stufenweise berechnen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Industriewartungsdienst hat 1200 Firmen einmal angeschrieben und dafür 1300 Euro Fixkosten sowie 2,20 Euro je Brief ausgegeben; 72 unterschiedliche Unternehmen antworteten, die Bearbeitung kostete jeweils elf Euro, daraus entstanden 38 qualifizierte Leads, 20 Gespräche, sieben Angebote und drei Verträge. Erstelle eine Kostenleiter mit gesamten Kampagnenkosten sowie Kosten je Reaktion, qualifiziertem Lead, Gespräch, Angebot und Neukunde einschließlich sämtlicher Rechenschritte. Verwende auf allen Stufen dieselbe vollständig erfasste Kampagnenkohorte, unterscheide Kostenquotienten von tatsächlichen Zusatzkosten je Stufe, kennzeichne nicht berücksichtigte spätere Vertriebsaufwände und leite ab, welche Kennzahl für Budgetsteuerung beziehungsweise Abschlusswirtschaftlichkeit am aussagekräftigsten ist. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Deckungsbeitrags-ROI bestimmen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Zustandsüberwachung hat 1800 Briefe verschickt, 1900 Euro Fixkosten, 2,20 Euro je Sendung, zwölf Euro Bearbeitung für jede der 80 Antworten und 70 interne Vertriebsstunden zu je 50 Euro aufgewendet; fünf Neukunden erzielen im ersten Vertragsjahr je 4200 Euro Deckungsbeitrag nach Leistungskosten. Erstelle eine vollständige Deckungsbeitragsrechnung mit Gesamtkosten, Ergebnisüberschuss, einem Schwellenwert für den Breakeven und ROI nach der Formel Überschuss geteilt durch Kampagnenkosten. Berechne zusätzlich Varianten mit drei und sieben Abschlüssen bei sonst gleichen Kosten, grenze Umsatz von Deckungsbeitrag und zugeordnete Abschlüsse von nachgewiesener Mehrwirkung ab, und erläutere, welche nicht erfassten Kostenpositionen das Ergebnis noch verändern könnten. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Langfristigen Kundenwert modellieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein technischer Betreuungsdienst gewinnt 15 Wartungskunden mit 4800 Euro jährlichem Deckungsbeitrag je aktivem Vertrag, 900 Euro einmaligem Onboardingaufwand und 1200 Euro Akquisekosten je Kunde; ab dem zweiten Vertragsjahr liegt die jährliche Bleibewahrscheinlichkeit bei 85 Prozent, diskontiert wird mit acht Prozent über vier Vertragsjahre. Erstelle ein nachvollziehbares Kundenwertmodell je Neukunde und für die Kohorte mit erwarteten aktiven Verträgen, abgezinsten Deckungsbeiträgen und anfänglichen Abzügen. Zeige den Rechenweg für jedes Jahr, prüfe eine alternative Bindungsquote von 70 Prozent, trenne Erwartungswerte von tatsächlich sicheren Erlösen, benenne Unsicherheiten und erläutere, weshalb ein positiver modellierter Langfristwert den kurzfristigen Liquiditätsbedarf nicht beseitigt. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Inkrementelle Wirtschaftlichkeit prüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Industrieausrüster hat 1200 vergleichbare Unternehmen zufällig in zwei gleich große Gruppen geteilt; 600 erhielten einen Werbebrief, 600 wurden nicht aktiv angesprochen, nach 20 Wochen entstanden 15 beziehungsweise neun Neukunden mit jeweils 5000 Euro Deckungsbeitrag, während die Kampagne 1800 Euro Fixkosten und 2,30 Euro je Brief kostete. Berechne die zusätzliche Abschlussquote, die hochgerechnete Zahl zusätzlicher Kunden, den inkrementellen Deckungsbeitrag sowie den Mehrertrag nach Werbekosten. Stelle die Annahmen der Randomisierung und der gleichen Beobachtung klar, bewerte die hohe Unsicherheit bei wenigen Abschlüssen mit einer Empfindlichkeitsprüfung für kleinere Fallzahlen, unterscheide Bruttoergebnis und Nettowirkung und vermeide es, sämtliche 15 Verträge der Briefwirkung zuzuschreiben. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

10.5 Testergebnisse und Kampagnenberichte

A/B-Testergebnisse statistisch bewerten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Industrieelektronik hat zwei zufällig zugeteilte Briefvarianten an je 1000 Unternehmen versendet und innerhalb von vier Wochen bei Variante A 45 sowie bei Variante B 62 eindeutig positive Unternehmensreaktionen gemessen; andere Textelemente und Rückmeldewege waren identisch. Werte den Unterschied der Reaktionsquoten mit absoluter und relativer Effektgröße, einem zweiseitigen Test für zwei Anteile bei fünf Prozent Signifikanzniveau und einem 95-Prozent-Konfidenzintervall aus. Zeige Rechenweg, Unsicherheitsbereich und Testergebnis nachvollziehbar, prüfe die praktische Relevanz zusätzlicher Reaktionen, unterscheide nicht signifikante Ergebnisse von Gleichwertigkeit und formuliere eine vorsichtige Entscheidungsempfehlung ohne behauptete Wirkung auf spätere Vertragsabschlüsse. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Kleine Rücklaufzahlen interpretieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Spezialmaschinenbauer hat zwei Briefvarianten an je 160 verschiedene Unternehmen versendet; nach identischem Reaktionsfenster antworteten bei A vier und bei B neun Unternehmen positiv, wobei beide Gruppen nach Branche und Unternehmensgröße ähnlich zusammengesetzt waren. Erstelle eine statistische Kurzauswertung mit absoluten Reaktionen, Anteilswerten, Prozentpunktdifferenz und angemessenen 95-Prozent-Unsicherheitsintervallen für kleine Binomialstichproben. Erläutere anhand der Intervalle, weshalb die größere beobachtete Quote keine verlässliche Siegerentscheidung rechtfertigt, prüfe die begrenzte Aussagekraft eines üblichen Signifikanztests und die praktische Relevanz, unterscheide fehlenden Nachweis von fehlender Wirkung und skizziere eine wirtschaftlich vertretbare nächste Teststufe. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Kampagnendashboard konzipieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter technischer Schulungen hat zwei postalische Wellen verschickt: Die erste erreichte vor neun Wochen 800 Unternehmen mit 38 Reaktionen, 24 qualifizierten Leads, neun Gesprächen und drei Abschlüssen, die zweite vor drei Wochen 600 Unternehmen mit 31 Reaktionen, 17 qualifizierten Leads, acht Gesprächen und einem Abschluss. Entwirf ein Managementdashboard mit ausgefüllter Kennzahlenübersicht, geeigneten Diagrammen, Filtermöglichkeiten und einem klar erkennbaren Datenstand je Welle. Zeige Versand- und Funnelquoten, absolute Fallzahlen, den unterschiedlichen Reifegrad der Wellen und notwendige Qualitätswarnungen, definiere Datenquellen, Aktualisierung und Drill-downs und verzichte auf eine Rangfolge, die den jüngeren Versand wegen noch ausstehender Abschlüsse benachteiligt. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Kampagnenbericht erstellen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Servicedienstleister hat 1400 Werbebriefe versendet und daraus 60 Reaktionsereignisse von 52 Unternehmen, 27 qualifizierte Leads, 13 durchgeführte Gespräche und zwei Neukunden mit je 5200 Euro Deckungsbeitrag im ersten Vertragsjahr erfasst; die gesamten zugeordneten Kampagnenkosten betragen 5100 Euro. Verfasse einen entscheidungsorientierten Kampagnenbericht für die Geschäftsleitung mit Ergebniskette, zentralen Quoten, Deckungsbeitragsrechnung, Abweichungen und drei priorisierten Folgeschritten. Kennzeichne die beobachteten Ergebnisse ohne Kontrollgruppe als zugerechnet statt kausal nachgewiesen, unterscheide Unternehmen von Reaktionsereignissen, bewerte die geringe Abschlusszahl vorsichtig und formuliere offene Prüfaufträge zu Datenqualität, Sales-Pipeline und wirtschaftlicher Belastbarkeit. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

10.6 Fehlerursachen diagnostizieren

Kampagnen-Soll-Ist-Analyse erstellen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter mobiler Laborprüfungen hatte 1200 Briefe, 48 Antworten, 24 qualifizierte Leads, zwölf Erstgespräche, vier Abschlüsse und 6000 Euro Kampagnenkosten geplant; tatsächlich wurden 1080 Briefe versendet, 30 Antworten erfasst, 15 Leads qualifiziert, sechs Gespräche geführt, ein Vertrag abgeschlossen und 5200 Euro ausgegeben. Erstelle einen strukturierten Soll-Ist-Bericht mit absoluten und prozentualen Abweichungen sowie getrennten Versand-, Reaktions-, Vertriebs- und Kostenkennzahlen. Berechne die Quoten auf einheitlichen Nennern, zeige, welche Zielverfehlung aus der geringeren Aussendung und welche aus niedrigeren Übergangsraten folgt, prüfe die ursprünglichen Planannahmen kritisch, dokumentiere die größte rechnerische Engstelle und kennzeichne Ursachen ohne zusätzliche Belege als ungeklärt. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Ursachenbaum entwickeln
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter für Sicherheitsinspektionen hat 950 Betriebe postalisch angeschrieben, 31 Unternehmensreaktionen erfasst, neun passende Bedarfsfälle gefunden, zwei Erstgespräche geführt und noch keinen Auftrag erhalten; zudem gab es 28 unzustellbare Briefe und wiederholt unbeantwortete Rückrufbitten. Entwickle einen mehrstufigen Ursachenbaum für die ausbleibenden Abschlüsse entlang von Adressqualität, Zielgruppenpassung, Nutzenkommunikation, Reaktionsweg, Qualifizierung und Vertriebskapazität. Ordne jeder Verzweigung beobachtbare Hinweise, alternative Erklärungen, verfügbare und fehlende Belege sowie eine geeignete Prüfhandlung zu, priorisiere überprüfbare Engpässe nach möglichem Ergebniseinfluss und stelle klar, dass ein logisch geordneter Ursachenbaum noch keinen Ursachenbeweis liefert. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Konkurrierende Ursachenhypothesen prüfen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Anlagenmessungen erhält nach 1000 Akquisebriefen nur 26 Antworten; 44 Sendungen kamen zurück, bei einer Stichprobe von 60 Druckmustern waren 15 QR-Codes schlecht lesbar und der Vertrieb vermutet außerdem, dass Telefonanfragen im CRM fehlen. Erstelle eine Evidenz- und Gegenhypothesenmatrix zur Erklärung der geringen dokumentierten Resonanz und entwickle einen gestuften Diagnoseplan mit möglichst trennscharfen Prüfungen. Bewerte jeweils, welche Beobachtungen für oder gegen veraltete Adressen, eine schwache Botschaft, technische Rückmeldehindernisse und Erfassungsfehler sprechen, schätze fehlende Anfragen nicht frei hinzu, gestalte für jede Hypothese einen widerlegbaren Test und kennzeichne technische Stichprobenbefunde sowie Vertriebsvermutungen hinsichtlich ihrer Beweiskraft. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Ablehnungsgründe systematisch auswerten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Prozessberatung hat auf 900 Werbebriefe 72 Rückmeldungen erhalten, darunter 40 ausdrückliche Ablehnungen: 18 nennen keinen aktuellen Bedarf, elf einen bestehenden Anbieter, sechs einen unpassenden Zeitpunkt, drei begrenztes Budget und zwei eine falsche Zuständigkeit. Erstelle ein Kodierhandbuch und eine ausgefüllte Pareto-Auswertung dieser Ablehnungen mit Anzahl, Anteil und kumuliertem Anteil je Grund sowie passenden Folgeprüfungen. Unterscheide wörtlich berichtete Gründe von vermuteten tieferen Ursachen, behandle die 32 übrigen Reaktionen als gesonderte Gruppe, zeige Grenzen der Übertragbarkeit auf alle angeschriebenen Unternehmen, ordne die Ablehnungsgründe nach ihrer möglichen Beeinflussbarkeit und leite Maßnahmen ab, die ohne unerwünschte Kontaktaufnahme überprüft werden können. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

10.7 Optimierungen steuern und entscheiden

Verbesserungsmaßnahmen priorisieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anbieter von Anlagenwartung erhielt aus 1100 Briefen 45 Reaktionen, zwölf qualifizierte Leads und einen Abschluss; zugleich wurden 65 veraltete Adressen, ein schlecht verständlicher Rückmeldeweg und verzögerte Terminbestätigungen festgestellt, während das nächste Budget auf 3200 Euro begrenzt ist. Entwickle sechs konkrete Verbesserungsmaßnahmen und priorisiere sie in einer gewichteten Matrix nach wirtschaftlichem Potenzial, Evidenz, Umsetzungskosten, Aufwand, Risiko und Prüfbarkeit. Unterscheide sofort nötige Fehlerbehebungen von unsicheren Wirksamkeitstests, dokumentiere Annahmen statt erfundener Uplift-Prognosen, berücksichtige das Budgetlimit und lege für die drei vorrangigen Maßnahmen jeweils Messgröße, Verantwortlichkeit, Abbruchkriterium und eine Regel zur Rückstufung bei unklaren Daten fest. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Optimierungsfahrplan erstellen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein B2B-Messtechnikunternehmen hat seine erste Postkampagne beendet und möchte binnen acht Wochen Adressprüfungen verbessern, die Landingpage vereinfachen und Rückmeldungen schneller an den Vertrieb übergeben; verfügbar sind zwei Marketingkräfte mit je acht Stunden, ein Analyst mit sechs und ein Vertriebskoordinator mit vier Stunden pro Woche. Erstelle einen umsetzbaren Achtwochenfahrplan mit wöchentlicher Abgleichrunde und dokumentierten Risiken sowie Arbeitspaketen, Abhängigkeiten, Terminen relativ zum Projektstart und messbaren Meilensteinen. Plane Vorher-nachher-Prüfungen, einen begrenzten Pilot, Freigaben und ein Abschlussreview ein, gleiche den geschätzten Arbeitsbedarf mit den Wochenkapazitäten ab und definiere klare Stoppregeln bei Datenmängeln oder ungeprüften Werbe- und Datenschutzfragen. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Skalierungsszenarien durchrechnen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Wartungsanbieter hat im Pilotversand 400 Briefe mit 20 Reaktionen, acht qualifizierten Leads, vier Gesprächen und zwei Abschlüssen erzielt; 1400 Euro Fixkosten, 2,60 Euro je Brief und 6000 Euro Deckungsbeitrag je Neukunde stehen möglichen Anschlussauflagen von 1200 oder 3000 Briefen gegenüber, bei nur 16 freien Gesprächsterminen in vier Wochen. Modelliere beide Versandgrößen in drei Szenarien mit zwei, vier und fünf Prozent Reaktion, 40 Prozent Qualifizierung, 50 Prozent Terminquote und 25 Prozent Abschlussquote sowie 600 Euro neuen Fixkosten. Berechne Kosten, erwartete Stufenmengen, Kapazitätsengpässe und Deckungsbeitrag, prüfe die schwächere Adressqualität außerhalb der ersten 1200 Ziele gesondert und vermeide die direkte Hochrechnung der zwei Pilotabschlüsse als verlässliche Erfolgsquote. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Kampagnenfortsetzung oder Einstellung bewerten
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Anlagenprüfer hat 900 Akquisebriefe für 5900 Euro versendet und drei Neukunden mit je 2300 Euro Deckungsbeitrag gewonnen; sechs weitere Angebote sind offen, ihre Abschlusschance ist unbekannt, und eine nächste Welle mit 1200 Adressen würde 600 Euro Einrichtung sowie 2600 Euro variable Kosten verursachen. Erstelle ein Entscheidungsdossier mit den Alternativen fortsetzen, angepasst testen oder einstellen und bewerte ausschließlich die zukünftigen Zusatzkosten gegen plausible Zusatzerträge. Verwende für die neue Welle drei Prozent Reaktion, 50 Prozent Qualifizierung, 50 Prozent Terminquote und Abschlussannahmen von zehn, 20 und 30 Prozent, prüfe zehn freie Gesprächsplätze, trenne versunkene Kosten von Grenzerträgen und lege klare Freigabe- und Stoppbedingungen für jeden Fall fest. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

10.8 Kampagnenwissen sichern

Kampagnenretrospektive durchführen
Foto machen. Prompt ausführen.
Nach einer postalischen Kampagne mit 1000 Sendungen berichten Marketing und Vertrieb über verspätete Adressfreigaben, der Lettershop über zwei widersprüchliche Druckdateiversionen und der Innendienst über Rückmeldungen ohne festgelegte Zuständigkeit; die Versandmenge wurde erreicht, aber zwölf Anfragen erst nach fünf Arbeitstagen beantwortet. Erstelle eine moderierbare Retrospektive mit Agenda, Leitfragen, strukturierter Ereignisrekonstruktion und einem ausgefüllten Entscheidungsprotokoll. Trenne belegte Abläufe von subjektiven Bewertungen, untersuche organisatorische Schnittstellen ohne Schuldzuweisung, beschränke die Sitzung auf 75 Minuten und formuliere konkrete Prozessverbesserungen mit Verantwortlichen, Umsetzungsterminen relativ zum nächsten Kampagnenstart und einem messbaren Wirksamkeitscheck. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Erkenntnisregister mit Evidenz aufbauen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein Vertriebsteam zieht aus drei Postkampagnen vier Schlüsse: Ein Brief mit Fachcheckliste erhielt 47 statt 36 Antworten bei je 900 Sendungen ohne Zufallszuteilung, 20 Gesprächspartner nannten QR-Codes unpraktisch, elf Adressfehler sind dokumentiert und zwei Großkunden bemängelten die lange Terminwartezeit. Erstelle ein versionierbares Erkenntnisregister nach Evidenzgrad mit je einem Eintrag zu Beobachtung, Datenquelle, Aussagegrenze, Evidenzstufe, Gegenhypothese und nächster Prüfung. Verhindere, dass unkontrollierte Variantenunterschiede als Wirkungsnachweise, einzelne Gesprächsaussagen als repräsentative Marktmeinung oder dokumentierte Einzelfehler als allgemeine Quote ausgegeben werden, und definiere Regeln für Bestätigung, Aktualisierung und Verwerfen späterer Erkenntnisse. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Wiederverwendbare Bausteinbibliothek erstellen
Foto machen. Prompt ausführen.
Ein B2B-Messtechnikteam verfügt aus abgeschlossenen Briefkampagnen über eine freigegebene Beschreibung des Vor-Ort-Prüfablaufs, drei branchenspezifische Betreffzeilen ohne Wirkungsnachweis, eine nicht freigegebene Kundenreferenz und eine unbelegte Aussage über 30 Prozent Einsparung. Erstelle eine geordnete Bibliothek mit ausformulierten wiederverwendbaren Textmodulen, Verwendungszweck, Zielgruppe, Versionsstand, Evidenz- und Freigabestatus sowie eindeutigen Ausschlussregeln. Trenne fachlich geprüfte Standardaussagen von lediglich getesteten Formulierungen, sperre Referenz und Einsparversprechen bis zum Nachweis, ergänze Regeln für Variantenkombinationen und veraltete Module und zeige, wie eine neue Briefvorlage nur zulässige und passende Bausteine mit Versionsnummer zusammenstellt. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.

Qualitätsstandards für Folgekampagnen aktualisieren
Foto machen. Prompt ausführen.
Nach 1100 verschickten Akquisebriefen dokumentiert ein Industrieberater 30 zu spät entdeckte Adressmängel, acht offene Datenschutzinformationsfragen, zwei fehlerhafte Variantenabzüge und zwölf verspätet bearbeitete Rückmeldungen; die nächste Kampagne soll mit einem anderen Lettershop durchgeführt werden. Überarbeite das interne Kampagnenhandbuch zu einem verbindlichen Qualitätsstandard mit Prüfpunkten von Adressbeschaffung über Werbetext und Druck bis zur Vertriebsnachbearbeitung. Definiere je Kontrollpunkt Mindestnachweis, verantwortliche Freigaberolle, Zeitpunkt, Fehlerreaktion und dokumentierten Versionsstand, unterscheide nicht verhandelbare Rechts- und Qualitätsstopps von Optimierungsempfehlungen und entwirf eine kompakte Abnahmecheckliste für den nächsten Produktionsstart. Schlage drei weitere Arbeitsaufträge aus diesem Tätigkeitsbereich vor.