

Warum mache ich das?

Dein Business-Ziel für die nächsten 90 Tage. Nimm dir Platz für deine Gedanken.

Mein Zeitraum: von ... bis ...

Welches Angebot oder Produkt steht im Fokus?

Was biete ich an? Welches Problem löst es? Was möchte ich damit erreichen?

Was soll mein Content für mein Business leisten?

Zum Beispiel Gespräche anbahnen, Vertrauen aufbauen oder passende Interessenten gewinnen.

Wo stehe ich heute - und woran erkenne ich Fortschritt?

Notiere Ausgangspunkt, Ziel und passende Beobachtungspunkte für deine 90 Tage.

Für wen erstelle ich Content?

Deine Persona: ein konkretes Gegenüber, dessen Alltag und Kaufentscheidung du verstehst.

Wen möchte ich erreichen? In welcher Situation steckt diese Person?

Alltag, berufliche Rolle, Erfahrung: Was ist für mein Angebot wirklich relevant?

Welche Probleme, Schmerzpunkte oder Hürden beschäftigen sie?

Was belastet sie? Was hat sie schon versucht? Was funktioniert bisher nicht?

Was motiviert sie, mich zu buchen oder mein Produkt zu kaufen?

Was möchte sie erreichen? Welchen konkreten Nutzen hat sie davon? Warum gerade jetzt?

Was hält sie vom Kauf ab? Was braucht sie für eine Entscheidung?

Welche Fragen, Bedenken oder Unsicherheiten sind noch offen?

Warum passt mein Angebot - und was wäre ihr nächster Schritt?

Was macht meine Arbeit passend? Welche Kostprobe oder Information hilft ihr weiter?

Nutze echte Gespräche als Grundlage. Kennzeichne Annahmen, die du noch prüfen möchtest.

Welche Themen passen zum Angebot?

Sammele Fragen aus Sicht deiner Persona. Daraus können konkrete Beiträge entstehen.

Was möchte mein Gegenüber wissen, bevor es mein Angebot versteht?

Notiere Fragen, typische Missverständnisse und Erklärungen, die du oft gibst.

Welche Fragen tauchen vor einer Buchung oder einem Kauf auf?

Zum Beispiel zum Ablauf, zum Nutzen, zur Eignung oder zur Zusammenarbeit.

Womit kann ich schon in einem Beitrag konkret weiterhelfen?

Welche kleine Aufgabe, Erklärung oder Erfahrung passt zu meinem Angebot?

Welche Formate eignen sich dafür? Was möchte ich ausprobieren?

Text, Video, Audio oder Bild: Ordne deinen Themen passende Formate zu.

Kanäle und Zeit für die Umsetzung

Entscheide, wo du anfängst und wie die Arbeit in deine Woche passt.

Mit welchem Kanal starte ich? Welche Aufgabe übernimmt er?

Wie geht es für Interessenten weiter? Was baue ich erst später auf?

Zum Beispiel ein Gespräch, ein vorhandenes Webinar oder E-Mail-Kontakt.

Wie viel Zeit habe ich pro Woche? Was muss dafür kleiner werden?

Mein fester Arbeitsblock: Tag, Uhrzeit und konkrete Aufgabe

Denke auch ans Fertigstellen, Veröffentlichen und Antworten auf Reaktionen.

Welche vorhandenen Inhalte oder Notizen kann ich weiterverwenden?

Deine erste Content-Woche

Bis zu drei Beiträge - weniger ist völlig in Ordnung. Wähle einen zum Anfangen.

Meine Woche und mein verfügbares Zeitbudget:

BEITRAG 1

Thema / Aussage / Format / Kanal / Aufgabe / nächster Schritt / Termin / Zeit:

BEITRAG 2

Thema / Aussage / Format / Kanal / Aufgabe / nächster Schritt / Termin / Zeit:

BEITRAG 3

Thema / Aussage / Format / Kanal / Aufgabe / nächster Schritt / Termin / Zeit:

Mein erster Arbeitsschritt und der reservierte Termin:

Kurz prüfen, bevor du loslegst

- ☐ Mein Angebot und mein Gegenüber sind klar.
- ☐ Jeder Beitrag hat eine erkennbare Aufgabe.
- ☐ Erstellung, Fertigstellung und Antworten passen ins Zeitbudget.
- ☐ Mein erster Arbeitsblock und mein Auswertungstermin stehen fest.

Dein Redaktionsplan

Plane eine Woche oder einen eigenen Zeitraum. Fünf Plätze sind ein Angebot, keine Pflicht.

Mein Planungszeitraum:

Datum	Thema / konkrete Aussage	Format	Kanal

Reflexion nach der Veröffentlichung

Was hat funktioniert? Welche Reaktionen habe ich beobachtet?

Zum Beispiel Antworten, Gespräche, Anmeldungen - oder Fragen, die noch offen sind.

Was ändere oder teste ich als Nächstes? Wann schaue ich wieder hin?

So könnte eine ausgefüllte Seite aussehen

Fiktives Beispiel zur Orientierung. Keine Kundengeschichte und kein Erfolgsversprechen.

1 Warum

Eine selbstständige Workshop-Moderatorin möchte in 90 Tagen vier passende Erstgespräche für ihren Team-Workshop anbahnen. Bisher erhält sie darüber keine Anfragen.

2 Wer

Teamleitungen, deren Besprechungen oft ohne klare Entscheidung enden. Sie fragen sich, ob externe Moderation den Aufwand lohnt. Das Angebot hilft, einen konkreten Workshop vorzubereiten und zu moderieren.

3 Was

Drei Fragen: Warum bleiben Entscheidungen offen? Wie bereitet man einen Workshop vor? Wann hilft externe Moderation? Zum Einstieg nutzt sie Textbeiträge und ein einfaches Dokument mit Arbeitsschritten.

4 Wo

Start auf LinkedIn mit dem persönlichen Profil. Interessenten können ein Erstgespräch anfragen. Ein Newsletter und ein Blog sind vorerst aufgeschoben, bis die erste Content-Routine funktioniert.

5 Wie

Drei Stunden pro Woche, davon zwei am Dienstag für Erstellung und Fertigstellung. Eine Stunde bleibt für Antworten und Auswertung. Grundlage sind eigene Workshop-Notizen; sie plant zwei Beiträge.

6 Wann

Mittwoch: eine Frage zur Vorbereitung einer Besprechung. Freitag: ein Beispiel für den Ablauf des angebotenen Workshops. Montags schaut sie auf Antworten, Profilbesuche und Gesprächsanfragen.

Die erste Content-Woche

Mittwoch | Textbeitrag: Welche Entscheidung soll am Ende des Meetings stehen? Aufgabe: ein bekanntes Problem aufgreifen. Nächster Schritt: nach Erfahrungen fragen.

Freitag | Dokumentbeitrag: So bereite ich einen Team-Workshop vor. Aufgabe: die Arbeitsweise verständlich machen. Nächster Schritt: bei Bedarf ein Erstgespräch anfragen.

Die Gesprächszahl ist ein selbst gesetztes Beispielziel. Sie ist keine Prognose.