

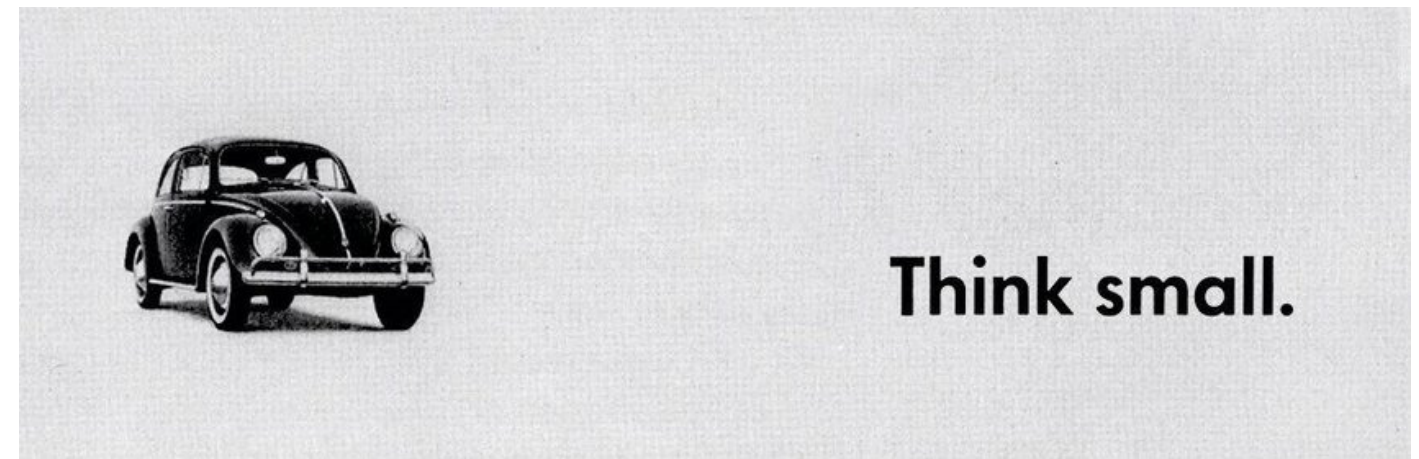
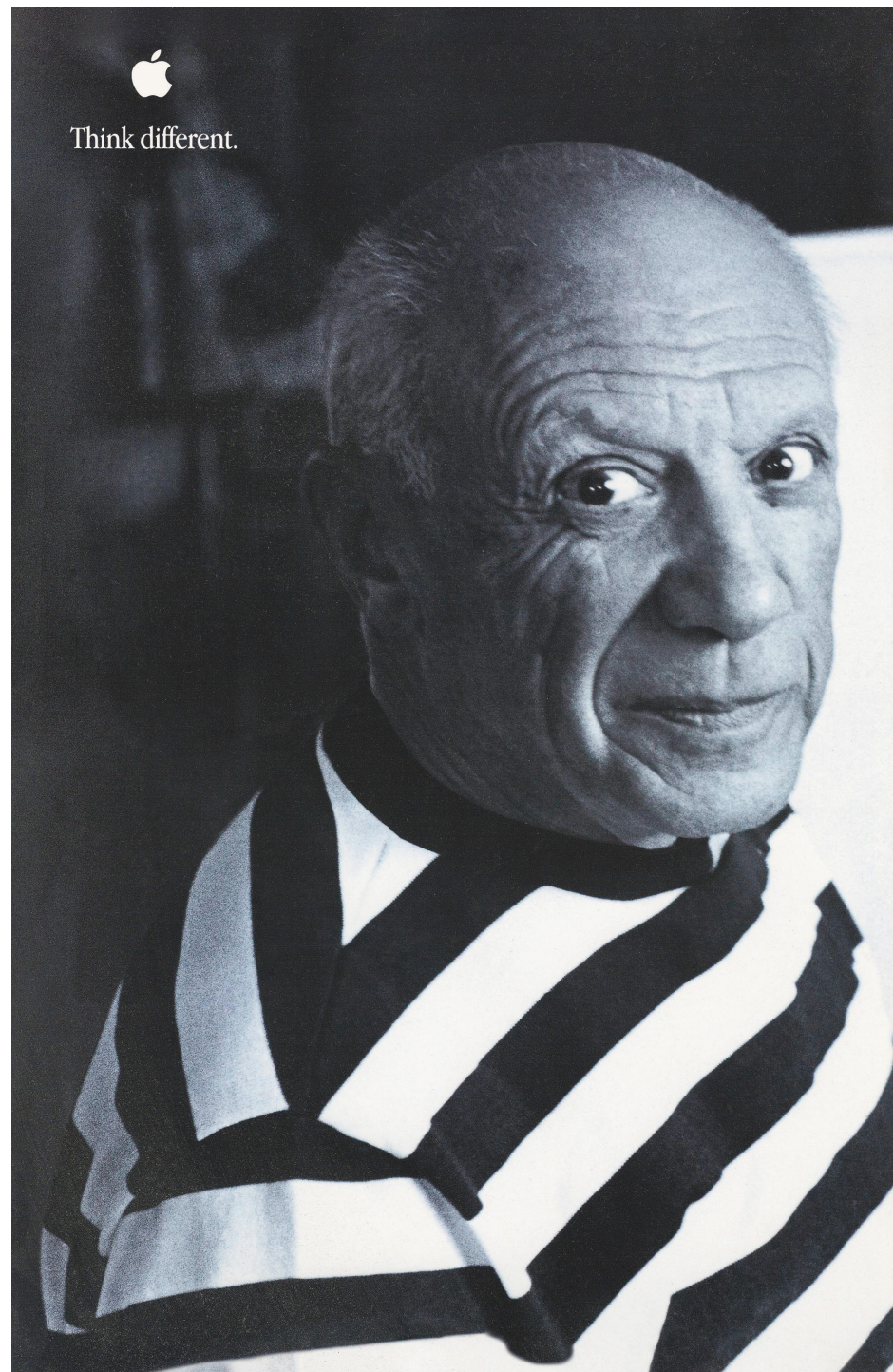


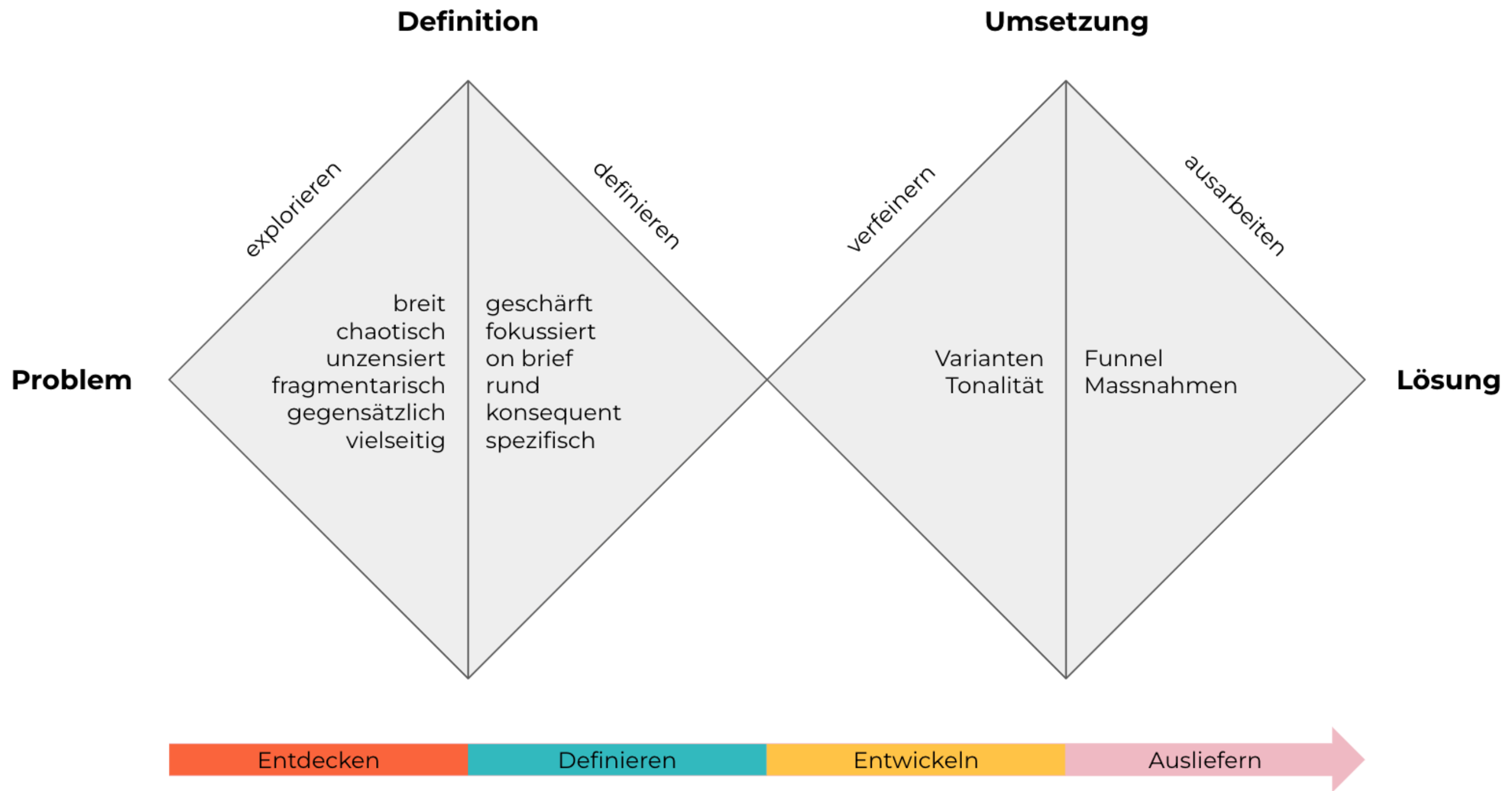
Copywriting mit künstlicher Intelligenz

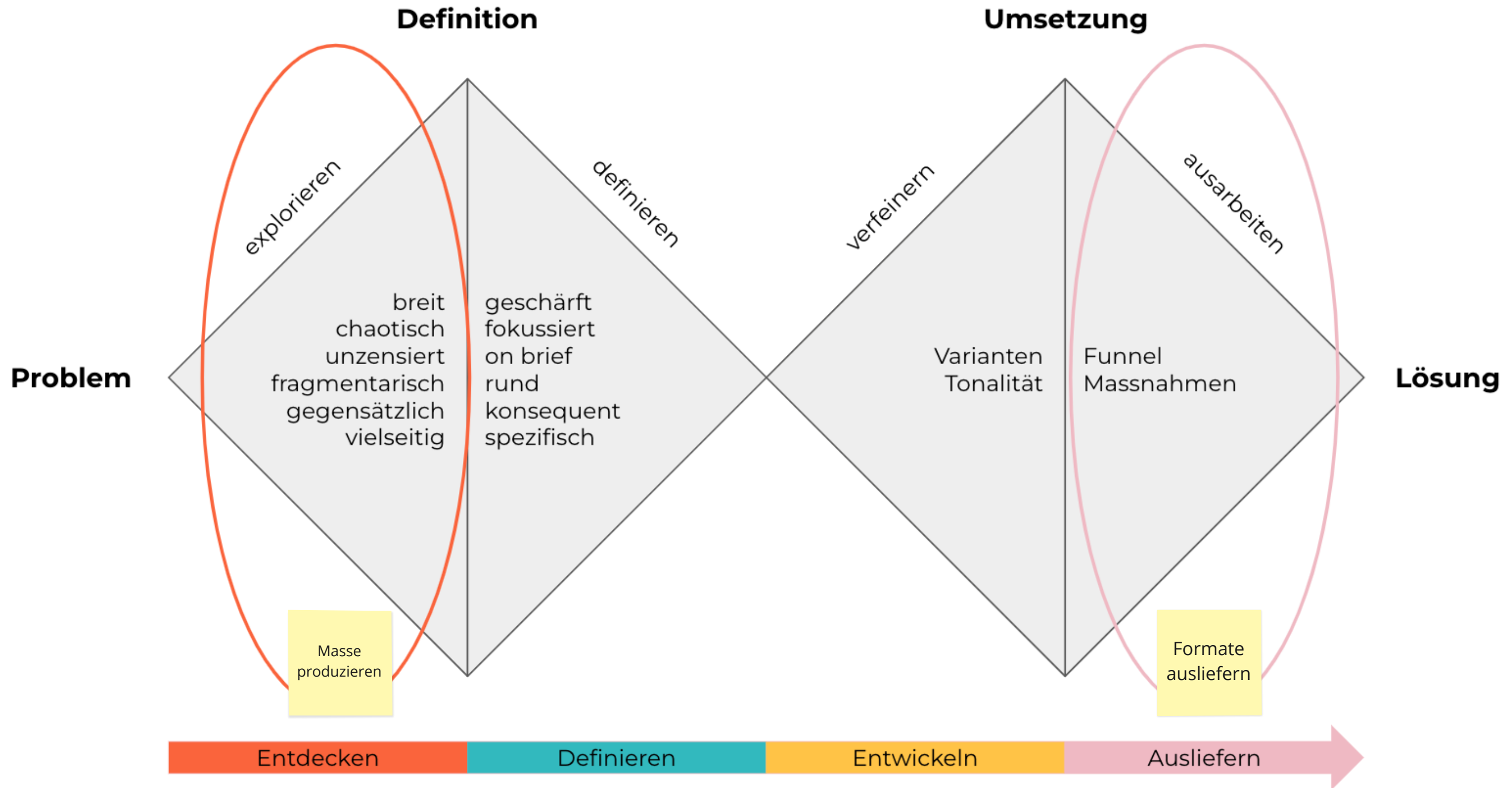
KI und der kreative Prozess

How to Write Good (William Safire)

1. Avoid Alliteration. Always.
2. Prepositions are not words to end sentences with.
3. Avoid cliches like the plague. (They're old hat.)
4. Comparisons are as bad as cliches.
5. Be more or less specific.
6. One should never generalize.
- Seven: Be consistent!
8. Don't be redundant; don't use more words than necessary; it's highly superfluous.
9. Who needs rhetorical questions?
10. Exaggeration is a billion times worse than understatement.







Used Cases:

Was kann KI – und was (noch) nicht?

Schreibe selbstironische Plakat-Headlines für einen Hafermilch-Brand. Die Plakate sollen keine Zutaten nennen.

< 3/3 >



Natürlich! Hier sind einige selbstironische Plakat-Headlines für einen Hafermilch-Brand, die die Ironie und den Humor des Produkts betonen, ohne die Zutaten zu erwähnen:

1. "Hafermilch: Weil Kühe auch mal Urlaub brauchen."
2. "Lass uns ehrlich sein: Kühe machen es nicht besser."
3. "Für alle, die ihre Milch nicht direkt von der Kuh trinken möchten."
4. "Hafermilch: Die Alternative für Kuhkollaterale."
5. "Hafermilch: Ein Schluck, und die Kuh sagt Danke."
6. "Kuhfrei und stolz darauf: Hafermilch für freie Geister."
7. "Wir mögen Kühe, aber nicht in unserem Getränk."
8. "Hafermilch: Weil glückliche Kühe woanders grasen."

Schreibe selbstironische Plakatheadlines für einen Hafermilch-Brand. Die Plakate sollen keine Zutat nennen.

< 3/3 >



1. "Unsere Milch macht den Kaffee nicht stärker. Aber cooler."
2. "Kuh? Wir kennen keine Kuh."
3. "Gib deinem Kaffee ein Upgrade. Sag ihm aber nicht, dass es gesund ist."
4. "Für alle, die keine Kuh melken wollen."
5. "Macht dein Müsli ein bisschen hipster. Sorry not sorry."
6. "Ja, wir sind die mit der fancy Milch."
7. "Wenn deine Milch dein Getränk cooler macht als du selbst."
8. "Kaffee liebt uns. Kühe auch."
9. "Deine Frühstücksschale wird uns lieben. Deine Oma vielleicht nicht."
10. "Weil du schon genug Kuhdrama hast."

Verwende folgende Stilmittel: Akkumulation, Allegorie, Alliteration, Anapher, Antithese, Chiasmus, Ellipse, Euphemismus, Hyperbel, Inversion, Ironie, Metapher, Neologismus, Oxymoron, Paradoxon, Parallelismus, Rhetorische Frage, Superlativ, Synästhesie, Vergleich, Wiederholung oder Wortspiel.



1. **"Milky. Mighty. Moo-less."** (Alliteration)
2. **"Not just milk, it's mooless magic."** (Allegorie, Wortspiel)
3. **"More oats, less udder."** (Antithese)
4. **"No cow, no how!"** (Chiasmus)
5. **"Udderly unnecessary."** (Ellipse, Ironie)
6. **"Sip smart. Stay smooth."** (Parallelismus)
7. **"Can you oat it?"** (Rhetorische Frage, Neologismus)
8. **"Moo-free and loving it."** (Ironie, Euphemismus)
9. **"Beyond the barn, into the future."** (Metapher)
10. **"The milk that moons't."** (Wortspiel, Inversion)
11. **"Drink creamy clouds."** (Metapher, Synästhesie)
12. **"The udder alternative."** (Wortspiel, Euphemismus)
13. **"Oats over udders, always."** (Hyperbel, Vergleich)
14. **"Cow-less. Guilt-less."** (Parallelismus, Oxymoron)
15. **"Udderly delightful, oatfully delicious."** (Ironie, Wortspiel)
16. **"From oats, with love."** (Inversion, Allegorie)
17. **"No moo, more you."** (Antithese, Wortspiel)
18. **"Cow's out. Oats in."** (Ellipse, Antithese)
19. **"Pour pure perfection."** (Alliteration, Superlativ)
20. **"Oats: The future of milk."** (Metapher, Paradoxon)

Was sind Klischees zu Frauen und Finanzen?



Klischees über Frauen und Finanzen sind oft überholte und stereotypische Vorstellungen, die wenig mit der Realität zu tun haben. Hier sind einige gängige Klischees:

1. Mangelndes Interesse an Finanzen:

- Frauen interessieren sich weniger für finanzielle Angelegenheiten und investieren selten in Aktien oder andere Anlagen.

2. Geringes Wissen über Finanzthemen:

- Frauen haben weniger Wissen über Finanzen und sind oft unsicher im Umgang mit Geldangelegenheiten.

3. Übermäßige Sparsamkeit:

- Frauen neigen dazu, übermäßig zu sparen und sind zu vorsichtig bei finanziellen Entscheidungen.

4. Abhängigkeit von Männern:

- Frauen verlassen sich auf ihre Partner oder männliche Familienmitglieder für finanzielle Entscheidungen und Management.

5. Konsumorientierung:

- Frauen geben ihr Geld hauptsächlich für Mode, Kosmetik und andere Konsumgüter aus, statt es zu investieren oder zu sparen.

6. Mangelnde Verhandlungskompetenz:

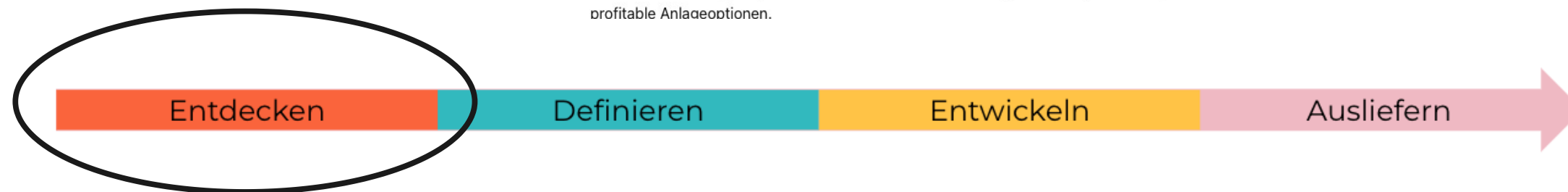
- Frauen sind weniger selbstbewusst und weniger effektiv beim Verhandeln von Gehältern oder anderen finanziellen Angelegenheiten.

7. Vorrang für Familie:

- Frauen priorisieren die finanziellen Bedürfnisse ihrer Familie über ihre eigenen finanziellen Ziele und Bedürfnisse.

8. Schwächeres Risikomanagement:

- Frauen haben eine geringere Risikobereitschaft und bevorzugen sichere, aber weniger profitable Anlageoptionen.





1. "Dich und deine Träume - wir machens möglich."
2. "Mehr als nur ne Bank - wir sind dein Money Mate."
3. "Weil dein Leben bunt ist - unser Service auch."
4. "Nicht nur dein Konto - dein Abenteuer startet hier."
5. "Mehr drin, als du denkst - Banking reloaded."
6. "Dein Geld, deine Regeln - wir passens an."
7. "Banking, wie du es willst - easy und smart."
8. "Mehr Freiheit für dein Money - wir machens flexibler."
9. "Kein Banking von gestern - wir sind future-ready."
10. "Smart, schnell, sicher - das ist wie wir bank!"

Schreibe mir kreative Claims für eine moderne Bank, die eine junge Zielgruppe ansprechen möchte. Baue dabei einen Grammatikfehler ein, der einen kreativen Mehrwert bietet.



1. **"Finanzen, wie Du sie wollt!"**
(Ein bewusster Fehler im letzten Wort, der den Satz lässiger und jugendlicher wirken lässt.)
2. **"Deine Bank. Dein Style. Dein' Money."**
(Der apostrophierte Fehler bei "Dein" erzeugt eine vertrauliche und lockere Ansprache.)
3. **"Banking, die zu Dir passt."**
(Der Fehler im grammatikalischen Geschlecht des Wortes "Banking" unterstreicht die moderne und unkonventionelle Ausrichtung.)
4. **"Hier ist, wo Dein Geld zuhause fühlt."**
(Der bewusst eingesetzte falsche Satzbau vermittelt eine persönliche und warme Note.)
5. **"Weißt Du, wo dein Money ist?"**
(Der Mix aus Deutsch und Englisch und der kleine Grammatikfehler erzeugen einen coolen, trendigen Effekt.)
6. **"Dein Cash, Deine Regeln. So einfach ist's."**
(Der bewusst unvollständige Satz suggeriert Leichtigkeit und Selbstbestimmung.)
7. **"Lass uns Deine Finanz' rocken!"**
(Die Abkürzung und der lockere Tonfall sprechen eine junge, dynamische Zielgruppe an.)
8. **"Du lebst modern? Deine Bank auch!"**
(Die stilistische Reduktion und der direkte Tonfall betonen die Modernität und Nähe zur Zielgruppe.)
9. **"Banking für die, die's drauf haben."**
(Der umgangssprachliche Ausdruck vermittelt ein Gefühl von Kompetenz und Selbstbewusstsein.)
10. **"Weil dein Geld is' wichtig."**
(Der absichtliche Fehler im letzten Wort schafft eine entspannte, freundliche Ansprache.)

Schreibe mir kreative Claims für eine moderne Bank, die eine junge Zielgruppe ansprechen möchte. Baue dabei einen Grammatikfehler ein, der einen kreativen Mehrwert bietet.



TS gib mir detailliertes und harsches feedback aus perspektive einer persona zu den folgenden marketing-claims; bewerte die claims jeweils auf einer skala von 1-5:

1. Dein Geld, deine Zukunft, unsere Verantwortung
2. Nachhaltigkeit ist unsere Währung
3. Finanzielle Freiheit trifft ökologische Verantwortung
4. Innovative Finanztechnologie im Einklang mit der Natur
5. Gemeinsam gestalten wir eine grünere Zukunft

hier ist die persona:

Persona: Lukas Müller, 35 Jahre alt, wohnhaft in einer Großstadt

Beruf und Einkommen:

* Arbeitet als Projektmanager in einem mittelständischen Unternehmen für erneuerbare Energien

* Verdient ein überdurchschnittliches Gehalt von etwa 65.000 € brutto im Jahr

Bildung und Interessen:

* Hat einen Master-Abschluss in Umwelttechnik

* Interessiert sich für Nachhaltigkeit, Klimaschutz und ethische Geldanlagen

* Liest regelmäßig Artikel und Blogs zu Themen wie grüne Technologien, Circular Economy und nachhaltige Investments

Finanzielles Verhalten:

* Legt Wert auf transparente und nachhaltige Anlageprodukte

* Möchte sein Geld in Unternehmen und Projekte investieren, die einen positiven Beitrag zur Umwelt und Gesellschaft leisten

* Achtet auf niedrige Gebühren und eine gute Rendite, jedoch nicht auf Kosten der Nachhaltigkeit

* Nutzt bevorzugt digitale Bankdienstleistungen und Mobile Banking

Werte und Lebensstil:

* Lebt einen umweltbewussten Lebensstil, fährt mit dem Fahrrad zur Arbeit und achtet auf einen reduzierten CO2-Fußabdruck

* Engagiert sich ehrenamtlich in einem Verein für Umweltschutz

* Kauft hauptsächlich Bio-Lebensmittel und Produkte von nachhaltigen Marken

* Reist gerne, jedoch mit Fokus auf sanften Tourismus und CO2-Kompensation

Herausforderungen und Ziele:

* Möchte sein Geld sinnvoll und nachhaltig anlegen, findet jedoch nur wenige Angebote bei traditionellen Banken

* Sucht nach einer Bank, die seine Werte teilt und eine breite Palette an nachhaltigen

Reply to Claude...



Entdecken

Definieren

Entwickeln

Ausliefern

1. "Dein Geld, deine Zukunft, unsere Verantwortung" - Bewertung: 3/5 Der Claim spricht das Thema Verantwortung an, was dir als nachhaltigkeitsorientiertem Kunden gefallen dürfte. Allerdings bleibt er recht allgemein und geht nicht konkret auf deine Werte wie Umweltschutz und ethische Investments ein. Du würdest dir hier wahrscheinlich spezifischere Aussagen wünschen, die zeigen, dass die Bank deine Präferenzen versteht und teilt.
2. "Nachhaltigkeit ist unsere Währung" - Bewertung: 4/5 Dieser Claim trifft schon eher deinen Nerv, da er Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt stellt. Er signalisiert, dass die Bank Nachhaltigkeit ernst nimmt und als zentralen Wert betrachtet. Allerdings könnte er noch etwas konkreter sein - wie genau setzt die Bank Nachhaltigkeit um und in welchen Bereichen? Diese Fragen bleiben noch offen.
3. "Finanzielle Freiheit trifft ökologische Verantwortung" - Bewertung: 5/5 Der Claim verbindet geschickt zwei Themen, die dir wichtig sind: Finanzielle Unabhängigkeit und Umweltschutz. Er zeigt, dass die Bank versteht, dass du dein Geld gewinnbringend anlegen möchtest, dabei aber nicht auf Nachhaltigkeit verzichten willst. Dieser ganzheitliche Ansatz dürfte dich ansprechen, da er deinen Werten und Zielen entspricht.
4. "Innovative Finanztechnologie im Einklang mit der Natur" - Bewertung: 3/5 Auch dieser Claim versucht, zwei Bereiche miteinander zu verknüpfen – moderne Technologie und Umweltschutz. Als technikaffinem Kunden könnte dir das zusagen. Jedoch bleibt die Aussage recht vage und wenig greifbar. Es wird nicht klar, um welche Technologien es geht und wie diese konkret eingesetzt werden, um die Natur zu schonen. Hier wären mehr Details und Beispiele hilfreich.
5. "Gemeinsam gestalten wir eine grünere Zukunft" - Bewertung: 4/5 Der Claim hat einen starken Appell-Charakter und lädt zum Mitmachen ein. Er vermittelt das Gefühl, dass du als Kunde aktiv etwas bewegen und zu einer nachhaltigeren Welt beitragen kannst. Das passt gut zu deinem Wunsch, eine sinnstiftende Bank zu finden. Allerdings ist der Claim auch etwas austauschbar – ähnliche Slogans verwenden viele "grüne" Unternehmen. Trotzdem dürfte er dich positiv ansprechen.

Mein Fazit: Die Claims 3 und 5 passen am besten zu deinem Profil, da sie eine gelungene Verbindung zwischen Finanzen und Nachhaltigkeit herstellen und einen persönlichen, emotionalen Bezug schaffen. Die anderen Claims gehen zwar auch in die richtige Richtung, bleiben aber etwas zu allgemein und austauschbar.

Reply to Claude...



Entdecken

Definieren

Entwickeln

Ausliefern

AI

+

Crafting Witty Instagram Captions for SALLOS

1

TS



TS

Du bist ein erstklassiger Copywriter.

Schreibe eine Instagram-Caption für das Bild im Anhang.

Die Marke ist SALLOS.

Hier sind ein paar Beispiele von bestehenden Instagram-Captions von SALLOS:

- T-3 bis zu SALLOS LOVES THAI OASE!! 🍷🔥 Wir singen uns schonmal warm! 🎤
- 23.05. - SALLOS LOVES THAI OASE. Free Tattoos, free Wurst, free SALLOS 🔥
„SALLOS wirklich machen, oder lass ich's lieber sein“ ist damit wohl klar beantwortet.
- Wer sich dran erinnert, war nicht dabei 🔥 Aber keine Sorge: Bald kannst du deine Erinnerung ans letzte SALLOS LOVES THAI OASE auffrischen. Stay tuned 🍷
#salloslovesthaioase
- Auf jedem Schiff was schwimmt und schwabbelt, gibt's irgendein der dämlich sabbelt - alte Pi-raten-Weisheit 🍷 #flachwitzdestages
- Füße hoch, der kommt flach 🍷 #flachwitzdestages
- Weißte Bescheid, 'ne? 🍷
- Physikalische Gesetze einfach durchgespielt 🍷 #flachwitzfreitag
- Im Original einfach immer wieder 'ne Perle. #sallos #lakritz #dasoriginal #meineperle
- ... denn Tag des Lakritz ist nur einmal im Jahr. Also - lasst krachen! #sallos #lakritz #tagderlakritze

Hier ist mein Vorschlag für eine Instagram-Caption zu dem Bild:

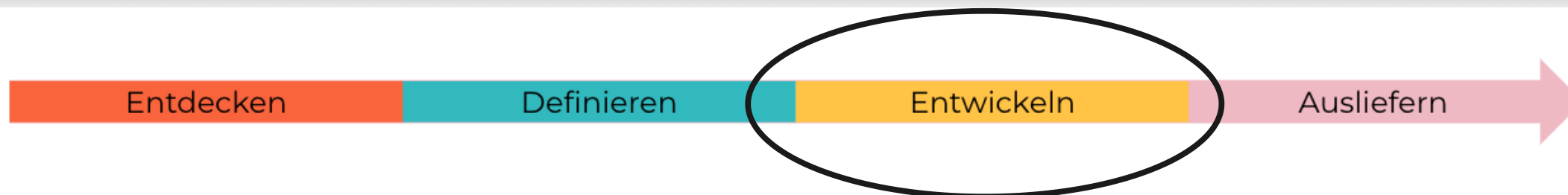
Osterhase oder Osterkötter? 🍷🍷 Egal, Hauptsache mit SALLOS durch die Feiertage! 🍷

Naschen ist schließlich ausdrücklich erwünscht. 🍷🍷 #osterhase #osterkötter #sallos

#osterlakritze #freibostern

Reply to Claude...

Claude 3 Opus



Crafting Witty Instagram Captions for SALLOS ▾

• Physikalische Gesetze einfach durchgespielt 🐰 #nachwitzentag

- Im Original einfach immer wieder 'ne Perle. #sallos #lakritz #dasoriginal #meineperle
- ... denn Tag des Lakritz ist nur einmal im Jahr. Also - lasst krachen! #sallos #lakritze #tagderlakritze



Hier ist mein Vorschlag für eine Instagram-Caption zu dem Bild:

Osterhase oder Osterkötter? 🐰🐶 Egal, Hauptsache mit SALLOS durch die Feiertage! 🍬
Naschen ist schließlich ausdrücklich erwünscht. 🍬💛 #osterhase #osterkötter #sallos
#osterlakritze #frohostern

Die Caption greift den Osterhasen im Bild auf, spielt humorvoll mit dem Wortspiel "Osterkötter" und stellt den Bezug zu SALLOS als Nascherei für die Osterzeit her. Abgerundet wird es mit passenden Hashtags im typischen SALLOS Stil mit Emojis und Wortwitz. Die Länge ist für Instagram gut geeignet und der Ton passt zum lockeren, witzigen Markenauftritt von SALLOS.

TS Formuliere drei weitere Captions, die vor allem die jüngeren Generationen ansprechen.

Alles klar, hier sind drei weitere Instagram-Captions, die speziell auf ein jüngeres Publikum zugeschnitten sind:

1. Wenn selbst dein Hund auf den SALLOS Hype aufspringt... 🐶💥 Jetzt heißt's: Pfoten weg und selbst zugreifen! 🍬 #salloshype #ostersnacks #goodvibesonly
2. Osterhasen-Content einfach durchgespielt 🐰📸 SALLOS Lakritz = immer ein Pic wert! 🍬💥 #trendsetter #ostern2023 #candycrush
3. POV: Du schnappst dir die letzte SALLOS Tüte, bevor es deine Geschwister tun 🍬💥 Sorry, not sorry! 🍬💥 #siblingrivalry #sallossüchtig #sorrynotsorry

Diese Captions nutzen jugendliche Slangbegriffe wie "Hype", "POV" und "sorry, not sorry", spielen auf Social Media Trends wie "Content" und "Pic" an und verwenden eine Vielzahl von Emojis, um die Sprache der Gen Z zu treffen. Gleichzeitig wird der Oster- und Geschwister-Kontext humorvoll eingebunden, der Bezug zu SALLOS hergestellt und mit Hashtags wie #salloshype und #sallossüchtig die Beliebtheit und der "Suchtfaktor" der Marke bei jungen Leuten betont.

Reply to Claude...

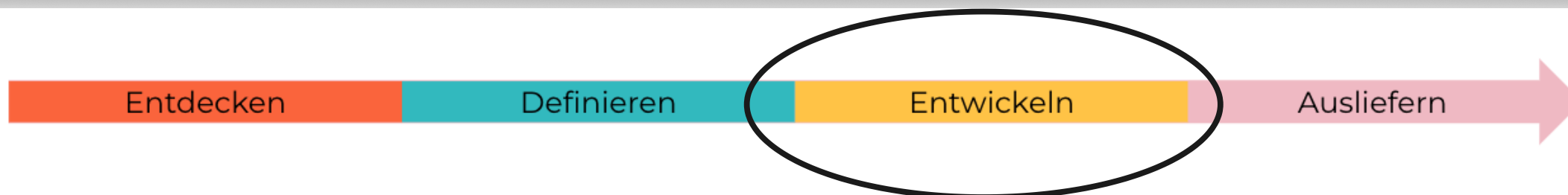
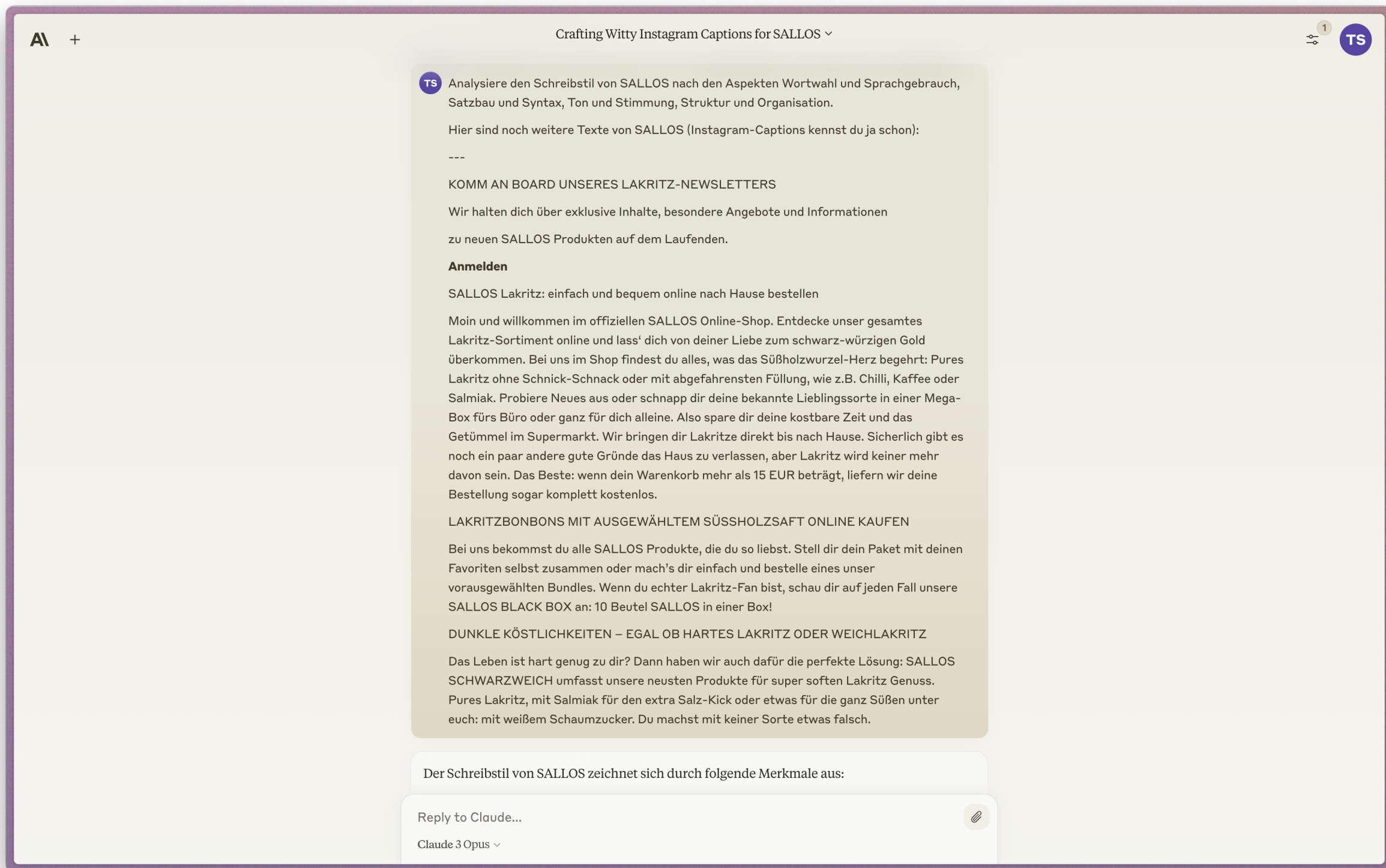
Claude 3 Opus ▾

Entdecken

Definieren

Entwickeln

Ausliefern



AI

+

Crafting Witty Instagram Captions for SALLOS

1

TS

euch: mit weißem Schokolade. Du machst mit keiner Sorte etwas falsch.

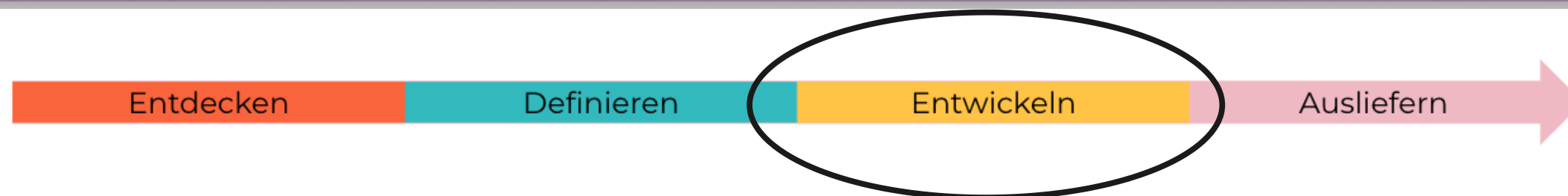
Der Schreibstil von SALLOS zeichnet sich durch folgende Merkmale aus:

1. Wortwahl und Sprachgebrauch:
 - Umgangssprachliche, jugendliche Ausdrücke wie "Moin", "Schnick-Schnack", "abgefahren"
 - Wortspiele und kreative Wortschöpfungen wie "Süßholzwurzel-Herz", "schwarz-würziges Gold"
 - Häufige Verwendung von Anglizismen wie "BLACK BOX", "Bundles", "extra Kick"
 - Direkte Ansprache des Lesers mit "du" und "dich"
2. Satzbau und Syntax:
 - Kurze, prägnante Sätze für einen dynamischen, modernen Ton
 - Elliptische Sätze wie "Das Beste:" oder "Pures Lakritz, mit Salmiak für den extra Salz-Kick"
 - Rhetorische Fragen zur Einbeziehung des Lesers ("Das Leben ist hart genug zu dir?")
 - Ausrufe und Imperative für Nachdruck und Aufforderung ("Probiere Neues aus oder schnapp dir deine bekannte Lieblingssorte")
3. Ton und Stimmung:
 - Humorvoll, witzig und selbstironisch ("spare dir deine kostbare Zeit und das Getümmel im Supermarkt")
 - Locker, lässig und ungezwungen, wie ein Gespräch unter Freunden
 - Enthusiastisch und schwärmerisch in Bezug auf die Produkte ("lass' dich von deiner Liebe zum schwarz-würzigen Gold überkommen")
 - Ermunternd und einladend ("Komm an Board unseres Lakritz-Newsletters")
4. Struktur und Organisation:
 - Klare Gliederung in kurze Abschnitte mit aussagekräftigen Überschriften
 - Hervorhebung wichtiger Begriffe und Phrasen durch Großschreibung ("SCHWARZWEICH")
 - Aufzählungen zur besseren Übersicht und Scanbarkeit

Reply to Claude...

Claude 3 Opus

TS



AI +

Crafting Witty Instagram Captions for SALLOS

- Häufige Verwendung von Anglizismen wie "BLACK BOX", "Bundles", "extra Kick"
- Direkte Ansprache des Lesers mit "du" und "dich"

2. Satzbau und Syntax:

- Kurze, prägnante Sätze für einen dynamischen, modernen Ton
- Elliptische Sätze wie "Das Beste:" oder "Pures Lakritz, mit Salmiak für den extra Salz-Kick"
- Rhetorische Fragen zur Einbeziehung des Lesers ("Das Leben ist hart genug zu dir?")
- Ausrufe und Imperative für Nachdruck und Aufforderung ("Probiere Neues aus oder schnapp dir deine bekannte Lieblingssorte")

3. Ton und Stimmung:

- Humorvoll, witzig und selbstironisch ("spare dir deine kostbare Zeit und das Getümmel im Supermarkt")
- Locker, lässig und ungezwungen, wie ein Gespräch unter Freunden
- Enthusiastisch und schwärmerisch in Bezug auf die Produkte ("lass' dich von deiner Liebe zum schwarz-würzigen Gold überkommen")
- Ermunternd und einladend ("Komm an Board unseres Lakritz-Newsletters")

4. Struktur und Organisation:

- Klare Gliederung in kurze Abschnitte mit aussagekräftigen Überschriften
- Hervorhebung wichtiger Begriffe und Phrasen durch Großschreibung ("SCHWARZWEICH")
- Aufzählungen zur besseren Übersicht und Scanbarkeit
- Call-to-Action Elemente wie Buttons ("Anmelden") zur Nutzerführung

Insgesamt vermittelt der Schreibstil von SALLOS eine jugendliche, trendige und humorvolle Markenidentität. Durch die direkte, persönliche Ansprache und den lockeren Ton baut SALLOS eine enge Verbindung zu seinen Kunden auf und präsentiert sich als moderner, lifestyle-orientierter Süßwarenexperte.

Copy

Retry

Claude can make mistakes. Please double-check responses.

Reply to Claude...

Claude 3 Opus

```
graph LR; A[Entdecken] --> B[Definieren]; B --> C[Entwickeln]; C --> D[Ausliefern];
```

The diagram illustrates a four-stage process flow. The stages are represented by colored rectangular blocks in a sequence: orange for 'Entdecken', teal for 'Definieren', yellow for 'Entwickeln', and pink for 'Ausliefern'. The 'Ausliefern' block is shaped like an arrow pointing to the right. A black oval is drawn around the 'Entwickeln' block, highlighting it as the current focus of the process.

DECAIQ
ACADEMY

Boosting Productivity with AI: Insights from an Amsterdam Workshop ▾

empfehlen Unternehmen, einen »KI-First«-Ansatz als Grundlagenschulung genauso wie

etwa die Compliance-Schulungen als Pflichtveranstaltung einzuführen.

Anwendungsfälle zeigen: Nach den Grundlagen braucht es Inspiration in Form von Anwendungsfällen. Hier sind verschiedene Formate möglich. Regelmäßige Impulsvorträge, Workshops oder Meetings, die von internen KI-Champions orchestriert werden, sind nur einige Möglichkeiten.

Gewohnheiten etablieren: Danach beginnt die eigentliche Arbeit, da sich Arbeits- und Denkweisen nicht über Nacht verändern lassen. Es braucht Strategien und Ansätze, die die Mitarbeiter unterstützen, KI-Assistenten täglich einzusetzen. Wir bei DECAID setzen unter anderem auf ein Bootcamp-Format, in welchem die Teilnehmenden 21 Tage lang jeden Tag eine E-Mail mit KI-Aufgaben, Ressourcen und Inspiration erhalten. Dazu wird ein digitales Tagebuch gepflegt, um die Learnings festzuhalten.

Gepaart mit Gamification-Ansätzen, wie etwa bei Duolingo, funktioniert dies hervorragend, um die Teilnehmenden dazu zu motivieren, jeden Tag mindestens eine Aufgabe mit einem KI-Assistenten zu lösen. Das ist am Ende auch das Wichtigste. Nur durch die regelmäßige KI-Routine lösen sich die teilweise über Jahre festgefahrenen Prozesse, und die Beschäftigten beginnen, »KI-First« zu denken. Ab diesem Zeitpunkt realisieren Unternehmen erhebliche Produktivitäts- und Effizienzsteigerungen.

Antwortet gerne auf diese E-Mail, falls ihr Fragen zu den Tipps habt, oder teilt mir eure favorisierten Ansätze mit, um KI-Gewohnheiten aufzubauen.

Hier sind fünf Vorschläge für einen passenden Newsletter-Titel zu dem von dir beschriebenen Beitrag:

1. "Der Schlüssel zur KI-Transformation: Arbeits- und Denkweisen verändern"
2. "Vom normalen Anwender zum KI-Power-User: Tipps für Unternehmen"
3. "KI im Arbeitsalltag: Wie Unternehmen die Potenziale voll ausschöpfen"
4. "KI-Routine entwickeln: Die größte Herausforderung der KI-Transformation meistern"
5. "Effizienzsteigerung durch KI: Mitarbeiter zum Umdenken motivieren"

Die Titel heben die Kernbotschaften des Beitrags hervor - die notwendige Veränderung der Arbeits- und Denkweisen, die Unterscheidung zwischen normalen Anwendern und Power-Usern, die Potenziale von KI im Arbeitsalltag, die Etablierung einer KI-Routine als zentrale Herausforderung sowie die mögliche Effizienzsteigerung durch KI. Ich denke, diese Titel wecken Interesse und machen neugierig auf den Inhalt des Newsletters.

Reply to Claude...



Claude 3 Opus ▾

Entdecken

Definieren

Entwickeln

Ausliefern

Assistenten täglich einzusetzen. Wir bei DECAID setzen unter anderem auf ein Bootcamp-Format, in welchem die Teilnehmenden 21 Tage lang jeden Tag eine E-Mail mit KI-Aufgaben, Ressourcen und Inspiration erhalten. Dazu wird ein digitales Tagebuch gepflegt, um die Learnings festzuhalten.

Gepaart mit Gamification-Ansätzen, wie etwa bei Duolingo, funktioniert dies hervorragend, um die Teilnehmenden dazu zu motivieren, jeden Tag mindestens eine Aufgabe mit einem KI-Assistenten zu lösen. Das ist am Ende auch das Wichtigste. Nur durch die regelmäßige KI-Routine lösen sich die teilweise über Jahre festgefahrenen Prozesse, und die Beschäftigten beginnen, »KI-First« zu denken. Ab diesem Zeitpunkt realisieren Unternehmen erhebliche Produktivitäts- und Effizienzsteigerungen.

Antwortet gerne auf diese E-Mail, falls ihr Fragen zu den Tipps habt, oder teilt mir eure favorisierten Ansätze mit, um KI-Gewohnheiten aufzubauen.



Hier sind fünf Vorschläge für einen passenden Newsletter-Titel:

1. "KI-Transformation: Wie ChatGPT den Arbeitsalltag revolutioniert"
2. "Von der Idee zur Umsetzung: KI im täglichen Workflow"
3. "Erfolgsgeschichte: ChatGPT im Workshop – Ein Game Changer"
4. "KI-Power-User vs. Normale Anwender: Die Herausforderung der Transformation"
5. "Gewohnheiten ändern: Mit KI-Assistenten zu mehr Effizienz und Produktivität"

Diese Titel heben die zentralen Themen des Beitrags hervor und wecken Interesse, indem sie den Fokus auf die praktische Anwendung und die transformative Wirkung von KI im Unternehmensalltag legen.



Message ChatGPT



DECAID workspace chats aren't used to train our models. ChatGPT can make mistakes.



Entdecken

Definieren

Entwickeln

Ausliefern

Schreib mit Alternativen zum Call to Action "Let's fly". Sprache ist Englisch und Zeichenzahl darf 20 nicht überschreiten.

< 2/2 >



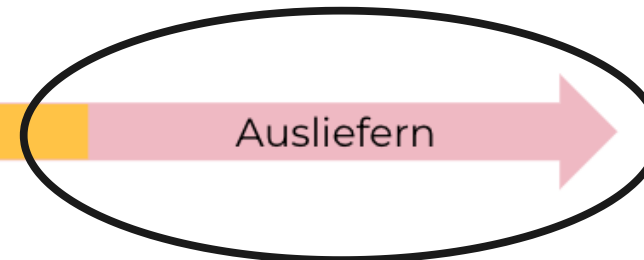
1. "Soar High"
2. "Take Off"
3. "Reach Sky"
4. "Fly Now"
5. "Skyward Bound"
6. "Ascend"
7. "Upward We Go"
8. "Airbound"
9. "Lift Off"
10. "Elevate"

Entdecken

Definieren

Entwickeln

Ausliefern



Erstelle mit Social-Media-Captions (125 Zeichen). Die Zielgruppe soll Lust auf Toronto bekommen und dahin fliegen wollen. Erwähne dabei typische Sehenswürdigkeiten der Stadt. Schreibe den Text in Sie-Form.



Erleben Sie Toronto! Besuchen Sie den CN Tower, erkunden Sie die Distillery District und genießen Sie die Natur auf den Toronto Islands. Let's fly! ✈️

Entdecken Sie Toronto! Bestaunen Sie die Skyline vom CN Tower, spazieren Sie durch den High Park und shoppen Sie auf der Queen Street. Ready to fly? 🌃✨

Verlieben Sie sich in Toronto! Erleben Sie den Ausblick vom CN Tower, die Kunst in der Art Gallery of Ontario und den Charme der Distillery District. Fly away! 🏙️✈️



Entdecken

Definieren

Entwickeln

Ausliefern

Entdecken

- Research
- Brainstormen
- Zielgruppe kennenlernen
- Masse produzieren
- ...

Definieren

- Persona sprechen lassen
- Kritik einholen
- Zusammenfassen und clustern
- Argumente sammeln
- ...

Entwickeln

- Varianten finden
- Tonalität anpassen
- Textelemente ergänzen
- Formate sammeln
- ...

Ausliefern

- Textformate briefen
- Textformate ändern
- Texte kürzen
- Texte korrigieren
- ...



Du bist ein Top-Notch Copywriter und schreibst verschiedene kreative Claims für eine moderne Bank, die eine junge Zielgruppe ansprechen möchte. Baue dabei einen grammatikalischen Fehler mit ein, der einen kreativen Mehrwert bietet.



1. „Wir revolutionieren dein Banking, damit du mehr kannst als nur träumen.“
2. „Mehr Leben, weniger warten: Willkommen bei deiner neuen Bank!“
3. „Banking, das so flexibel ist wie dein Leben.“
4. „Mach dein Geld zur Nebensache, das Leben zur Hauptsache.“
5. „Deine Bank, deine Regeln – weil du das wert bist.“
6. „Mehr Freiraum für deine Träume – das ist unser Versprechen.“
7. „Dein Leben, deine Bank – denn Zukunft ist, was du draus machst.“
8. „Ein Bankkonto, dass mehr für dich tut.“
9. „Erlebe Banking, wie du es willst: Einfach, flexibel, anders.“
10. „Dein Geld. Dein Style. Deine Bank.“
11. „Mehr als nur Banking – deine finanzielle Freiheit.“
12. „Weil du mehr willst, als nur ein Konto.“



LLM-Battle: ChatGPT vs. Claude

ChatGPT

Wer kann diesen süßen Augen widerstehen? 🐶 Mit SALLOS schmeckt alles gleich noch besser! 😊
#Sallos #Lakritz #Leckerlis #Hundefreude #Schwarzwiech #BesteSnacks #SallosLovesPets

Claude

Osterhase oder Osterkötter? 🐰🐶 Egal, Hauptsache mit SALLOS durch die Feiertage! 😊
Naschen ist schließlich ausdrücklich erwünscht. 🍬💛 #osterhase #osterkötter #sallos
#osterlakritze #frohostern

ChatGPT

1. Ears up, game on! 🐰🍷 Wer hat gesagt, dass Lakritz nur was für Menschen ist? ❤️ #Sallos
#LakritzLove #DogLife #SnackAttack
2. This pup knows what's up! 🐶✨ Mit SALLOS wird jeder Moment episch! 🔥 #SnackTime
#Sallos #Schwarzwiech #DoggoVibes
3. Got ears, got treats, got SALLOS! 🐾🎉 Lass die Party beginnen! #DoggoGoals #LakritzLife
#SallosSnacks

Claude

1. Wenn selbst dein Hund auf den SALLOS Hype aufspringt... 🐶🎉 Jetzt heißt's: Pfoten weg und selbst zugreifen! 😂 #salloshype #ostersnacks #goodvibesonly
2. Osterhasen-Content einfach durchgespielt 🐰🔥 SALLOS Lakritz = immer ein Pic wert! 🎉💖 #trendsetter #ostern2023 #candycrush
3. POV: Du schnappst dir die letzte SALLOS Tüte, bevor es deine Geschwister tun 😏🎉
Sorry, not sorry! 😂🐶 #siblingrivalry #sallossüchtig #sorrynotsorry

ChatGPT

Wortwahl und Sprachgebrauch:

- **Einfachheit und Direktheit:** Die Texte sind in einer einfachen und direkten Sprache gehalten, die leicht verständlich ist und sofort die Aufmerksamkeit des Lesers fesselt.
- **Markenspezifische Begriffe:** Begriffe wie "Lakritz", "Süßholzwurzel-Herz" und "Schwarzweich" sind spezifisch und wiederholen sich, um die Marke und ihre Produkte klar zu kommunizieren.
- **Umgangssprachliche Ausdrücke:** Worte und Phrasen wie "Moin", "schnapp dir", "mega", und "das Getümmel im Supermarkt" verleihen den Texten eine lockere und zugängliche Note, die besonders die jüngeren Zielgruppen anspricht.

Claude

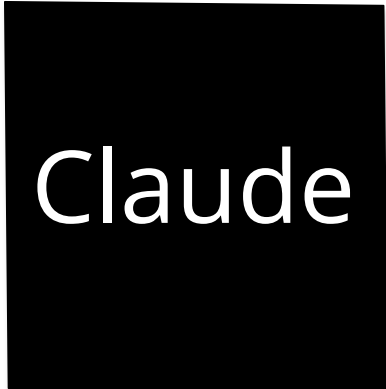
Wortwahl und Sprachgebrauch:

- Umgangssprachliche, jugendliche Ausdrücke wie "Moin", "Schnick-Schnack", "abgefahren"
- Wortspiele und kreative Wortschöpfungen wie "Süßholzwurzel-Herz", "schwarz-würziges Gold"
- Häufige Verwendung von Anglizismen wie "BLACK BOX", "Bundles", "extra Kick"
- Direkte Ansprache des Lesers mit "du" und "dich"

A black square with the text "ChatGPT" in white, sans-serif font.

Ton und Stimmung:

- **Informell und freundschaftlich:** Der Ton ist informell und freundschaftlich, was eine entspannte und einladende Atmosphäre schafft.
- **Leicht und humorvoll:** Es gibt einen leichten und humorvollen Unterton, der die Texte lebendig und ansprechend macht (z.B. "Das Leben ist hart genug zu dir? Dann haben wir auch dafür die perfekte Lösung").
- **Positiv und enthusiastisch:** Die Texte sind positiv und enthusiastisch, was die Vorfreude und das Interesse am Produkt steigert.

A black square with the text "Claude" in white, sans-serif font.

Ton und Stimmung:

- Humorvoll, witzig und selbstironisch ("spare dir deine kostbare Zeit und das Getümmel im Supermarkt")
- Locker, lässig und ungezwungen, wie ein Gespräch unter Freunden
- Enthusiastisch und schwärmerisch in Bezug auf die Produkte ("lass' dich von deiner Liebe zum schwarz-würzigen Gold überkommen")
- Ermunternd und einladend ("Komm an Board unseres Lakritz-Newsletters")

Voraussetzungen für "on brand"

Kenne deine Tools und
deine Textsorte
(inkl. Übersetzungen).

Hinterfrage, was KI
für dich textet.

#humanintheloop

Die drei Fragezeichen.

Brauche ich kreative
oder funktionale Copy?

Regeln
befolgen
oder
brechen?

Gibt es Vorlagen oder
Referenztexte, die ich
nutzen kann?

«Shit in,
shit out» –
und
umgekehrt.

Ist das ein guter Text?

Du bist
Creative
Director, KI
deine
Assistenz.

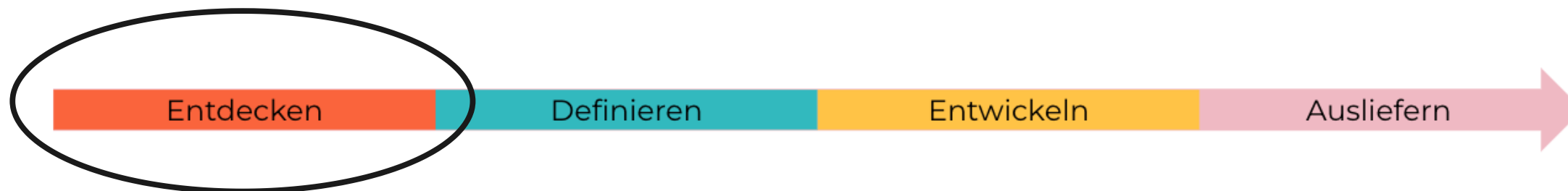
**Kreativität sucht das Andere,
das Neue – kann KI das liefern?**

Schreibe deutsche Slogans für eine Schweizer Bank, der ihre Nähe zur Schweiz und das Bekenntnis zu Schweizer Werten beweist. Maximal sieben Wörter.

< 4/4 >



1. "Vertrauen und Stabilität – Schweizer Werte leben"
2. "Ihre Bank – fest verwurzelt in der Schweiz"
3. "Schweizer Werte. Schweizer Vertrauen. Ihre Bank."
4. "Schweizer Qualität, auf die Sie bauen können"
5. "Starke Wurzeln, Schweizer Tradition, Ihre Sicherheit"
6. "Schweizer Präzision. Ihr Vertrauen. Unsere Bank."
7. "Banking auf Schweizer Art – für Sie"



Mit KI entdecken

Mit KI definieren

Mit KI entwickeln

Mit KI ausliefern

Der Satz einer Kampagne zur Fussball-EM ist: "Ein Team sind immer alle."

Nenne mir zehn Teammitglieder, die nicht Fussballer sind – und nenne auch ihren Beitrag zum Team.

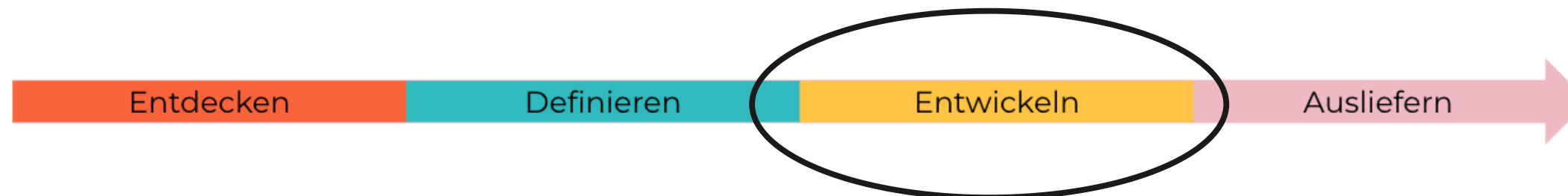
Beispiel: Der Mannschaftskoch, der für die richtige Ernährung der Fussballer sorgt.

< 2/2 >



Hier sind zehn Teammitglieder, die nicht Fußballer sind, und ihr Beitrag zum Team:

1. **Der Mannschaftskoch:** Sorgt für die richtige Ernährung der Fußballer und stellt sicher, dass sie gesunde und ausgewogene Mahlzeiten bekommen.
2. **Der Physiotherapeut:** Hilft den Spielern bei der Regeneration und Verletzungsprävention durch gezielte Behandlungen und Übungen.
3. **Der Mannschaftsarzt:** Diagnostiziert und behandelt Verletzungen sowie Krankheiten und sorgt dafür, dass die Spieler in bestmöglicher körperlicher Verfassung sind.
4. **Der Fitnesstrainer:** Erstellt individuelle Trainingspläne für die Spieler, um ihre körperliche Leistungsfähigkeit zu optimieren.
5. **Der Psychologe:** Unterstützt die mentale Gesundheit der Spieler und hilft ihnen, mit dem Druck und Stress umzugehen.
6. **Der Sportdirektor:** Ist für die strategische Planung und das Management des Teams verantwortlich, inklusive Spielerverpflichtungen und Verträge.
7. **Der Medienbeauftragte:** Koordiniert die Kommunikation zwischen dem Team und der Presse und sorgt für ein positives öffentliches Image.
8. **Der Zeugwart:** Kümmt sich um die Ausrüstung der Spieler, sorgt dafür, dass Trikots, Schuhe und andere Materialien immer in einwandfreiem Zustand sind.
9. **Der Busfahrer:** Transportiert das Team sicher zu den Spielen und Trainingsorten und sorgt dafür, dass die Reisen reibungslos verlaufen.
10. **Der Taktikanalytist:** Analysiert die Spiele des eigenen Teams und der Gegner, um die Strategien zu optimieren und die Spielvorbereitung zu verbessern.



Sind meine Brand-Elemente Regeln –
oder kann ich Referenzen analysieren
und als Prompt nutzen?



Hier ist eine Clusterung der Claims und eine Bewertung hinsichtlich ihrer Kommunikation von Jugendlichkeit:

Cluster 1: Flexibilität und Anpassungsfähigkeit

- „Banking, das so flexibel ist wie dein Leben.“
- „Erlebe Banking, wie du es willst: Einfach, flexibel, anders.“
- „Ein Bankkonto, dass mehr für dich tut.“

Cluster 2: Leben und Erleben

- „Mehr Leben, weniger warten: Willkommen bei deiner neuen Bank!“
- „Mach dein Geld zur Nebensache, das Leben zur Hauptsache.“
- „Mehr als nur Banking – deine finanzielle Freiheit.“

Cluster 3: Träume und Zukunft

- „Wir revolutionieren dein Banking, damit du mehr kannst als nur träumen.“
- „Mehr Freiraum für deine Träume – das ist unser Versprechen.“
- „Dein Leben, deine Bank – denn Zukunft ist, was du draus machst.“

Cluster 4: Individualität und Selbstbestimmung

- „Deine Bank, deine Regeln – weil du das wert bist.“
- „Dein Geld. Dein Style. Deine Bank.“
- „Weil du mehr willst, als nur ein Konto.“

Bewertung hinsichtlich der Kommunikation von Jugendlichkeit:

Der Claim, der Jugendlichkeit am besten kommuniziert, ist:

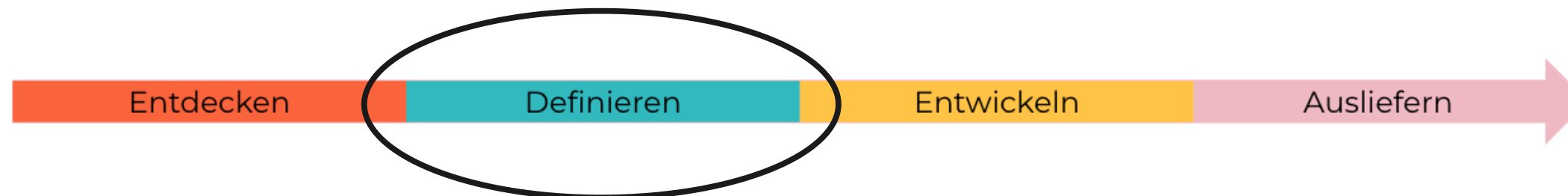
„Dein Geld. Dein Style. Deine Bank.“

Begründung:

- **Sprache:** Der Claim verwendet eine jugendliche, moderne Sprache ("Style"), die auf Individualität und Selbstbewusstsein abzielt.
- **Ton:** Der Ton ist direkt und ansprechend, was bei einer jüngeren Zielgruppe gut ankommt.
- **Konzepte:** Der Claim betont persönlichen Stil und Individualität, was wichtige Werte für viele junge Menschen sind.
- **Kürze und Prägnanz:** Der Claim ist kurz, einprägsam und leicht wiederholbar, was ihn für Social Media und andere digitale Kanäle besonders geeignet macht.

Weitere Claims, die ebenfalls gut Jugendlichkeit kommunizieren, sind:

- „Erlebe Banking, wie du es willst: Einfach, flexibel, anders.“
- „Mehr Leben, weniger warten: Willkommen bei deiner neuen Bank!“



ChatGPT

Ton und Stimmung:

- **Informell und freundschaftlich:** Der Ton ist informell und freundschaftlich, was eine entspannte und einladende Atmosphäre schafft.
- **Leicht und humorvoll:** Es gibt einen leichten und humorvollen Unterton, der die Texte lebendig und ansprechend macht (z.B. "Das Leben ist hart genug zu dir? Dann haben wir auch dafür die perfekte Lösung").
- **Positiv und enthusiastisch:** Die Texte sind positiv und enthusiastisch, was die Vorfreude und das Interesse am Produkt steigert.

Claude

Ton und Stimmung:

- Humorvoll, witzig und selbstironisch ("spare dir deine kostbare Zeit und das Getümmel im Supermarkt")
- Locker, lässig und ungezwungen, wie ein Gespräch unter Freunden
- Enthusiastisch und schwärmerisch in Bezug auf die Produkte ("lass' dich von deiner Liebe zum schwarz-würzigen Gold überkommen")
- Ermunternd und einladend ("Komm an Board unseres Lakritz-Newsletters")