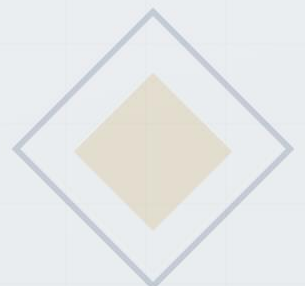

KI-Prompts

für Business Coaches

Praktische Anwendungsbeispiele

Ein intellektuell anspruchsvolles Handbuch

2025



Inhaltsverzeichnis

Rechtsklick auf das Inhaltsverzeichnis und "Feld aktualisieren" wählen, um Seitenzahlen zu aktualisieren

Einleitung	3
Teil I: SNS-Marketing & Content.....	4
Optimierte Artikelstruktur	4
Content-Analyse & Verbesserung	5
Storytelling-Strukturen	6
Teil II: Geschäftsprozessoptimierung	8
Prozessdokumentation	8
Risikobewertung	9
Teil III: Allgemeine Geschäftsanwendungen	11
Kundenanalyse	11
Präsentationen	12
Fazit	14

Einleitung

Künstliche Intelligenz hat die Art und Weise, wie wir arbeiten und kommunizieren, grundlegend verändert. Für Business Coaches eröffnet sie neue Möglichkeiten, ihre Klienten effektiver zu unterstützen und ihre eigenen Arbeitsprozesse zu optimieren.

Dieses Buch präsentiert eine sorgfältig zusammengestellte Sammlung von Prompts für Gemini, die speziell auf die Bedürfnisse von Business Coaches zugeschnitten sind. Jedes Kapitel enthält praxiserprobte Prompts mit drei konkreten Anwendungsbeispielen, die Sie sofort in Ihre Arbeit integrieren können.

Die Prompts sind in drei Hauptbereiche gegliedert: SNS-Marketing und Content-Erstellung, Geschäftsprozessoptimierung sowie allgemeine Geschäftsanwendungen. Diese Struktur ermöglicht es Ihnen, gezielt die für Ihre aktuelle Situation relevanten Prompts zu finden.

Teil I: SNS-Marketing & Content

1.1 Optimierte Artikelstruktur

Beispiel 1: LinkedIn-Artikel für Führungskräfte

Ein Coach möchte einen Artikel über "Die 5 größten Fehler neuer Manager" veröffentlichen. Der Prompt analysiert den Entwurf, schlägt eine Hook am Anfang vor ("90% der neuen Manager scheitern in den ersten 6 Monaten – hier ist warum"), strukturiert die Fehler als nummerierte Liste mit konkreten Beispielen und fügt am Ende eine Call-to-Action ein ("Welchen Fehler haben Sie gemacht? Teilen Sie Ihre Erfahrung in den Kommentaren").

Beispiel 2: Instagram-Caption für Coaching-Dienstleistungen

Für einen Post über Work-Life-Balance analysiert der Prompt die ursprüngliche Caption und schlägt vor, mit einer persönlichen Geschichte zu beginnen, gefolgt von drei umsetzbaren Tipps, die sofort angewendet werden können. Die Caption endet mit einer Frage an die Community, um Engagement zu generieren.

Beispiel 3: Newsletter-Optimierung

Ein wöchentlicher Newsletter mit Coaching-Tipps wird durch den Prompt optimiert. Die Betreffzeile wird kürzer und prägnanter gestaltet, der Hauptinhalt in kurze, scanbare Abschnitte unterteilt, und ein P.S.-Bereich mit einem exklusiven Angebot hinzugefügt, um die Klickrate zu erhöhen.

1.2 Content-Analyse & Verbesserung

Beispiel 1: Analyse eines unterperformenden Posts

Ein Post über Teambuilding erreicht nur wenige Interaktionen. Der Prompt identifiziert: 1) Fehlende emotionale Verbindung am Anfang, 2) Zu allgemeine Tipps ohne konkrete Umsetzung, 3) Keine visuelle Strukturierung. Die überarbeitete Version beginnt mit einer provokanten Frage, bietet spezifische Aktivitäten mit Zeitangaben und verwendet Emojis zur Strukturierung.

Beispiel 2: Verbesserung einer Case Study

Eine Case Study über eine erfolgreiche Coaching-Beziehung wirkt zu selbstbewerbend. Der Prompt schlägt vor, mehr über die Herausforderungen des Klienten zu berichten, spezifische Metriken zur

Verfügung zu stellen (z.B. "30% Produktivitätssteigerung in 3 Monaten") und ein Zitat des Klienten einzufügen, um Authentizität zu vermitteln.

Beispiel 3: Video-Skript-Optimierung

Ein Skript für ein LinkedIn-Video über Verhandlungstechniken wird analysiert. Der Prompt empfiehlt, den Einstieg auf die ersten 3 Sekunden zu verkürzen, komplexe Begriffe zu vermeiden und eine klare Handlungsaufforderung am Ende einzufügen ("Speichern Sie dieses Video für Ihre nächste Verhandlung").

1.3 Storytelling-Strukturen

Beispiel 1: Blogpost über Change Management

Point: "Change Management scheitert nicht an der Strategie, sondern an der Emotion." Reason: Menschen sind Gewohnheitstiere und fühlen sich durch Veränderungen bedroht. Example: Ein Unternehmen, das eine neue Software einführte, scheiterte zunächst, weil die Mitarbeiter übergangen wurden. Nach Einbeziehung der Mitarbeiter in den Entscheidungsprozess stieg die Akzeptanz auf 85%. Point: "Involvieren Sie Ihr Team frühzeitig – der Erfolg Ihrer Veränderung hängt davon ab."

Beispiel 2: Podcast-Episode über Resilienz

Die Episode beginnt mit der These, dass Resilienz trainierbar ist. Die Begründung liefert wissenschaftliche Erkenntnisse über Neuroplastizität. Als Beispiel dient die Geschichte eines Managers, der nach einem Burnout mit Coaching seine Arbeitsweise komplett überdachte. Der Abschluss wiederholt die Kernthese und gibt den Hörern eine konkrete Übung mit auf den Weg.

Beispiel 3: Verkaufsgespräch-Training

Für ein Training zum Thema "Preisverhandlungen" wird das PREP-Format angewendet. Die These: "Der erste Preisvorschlag gewinnt 80% der Verhandlungen." Die Begründung basiert auf Anker-Effekt-Forschung. Das Beispiel zeigt zwei Verhandlungsverläufe mit unterschiedlichen Startpreisen. Der Abschluss fasst zusammen und gibt eine Checkliste für die nächste Verhandlung.

Teil II: Geschäftsprozessoptimierung

2.1 Prozessdokumentation

Beispiel 1: Onboarding neuer Coaching-Klienten

Der Prompt erstellt eine detaillierte SOP für das Klienten-Onboarding: Schritt 1 (Verantwortlich: Assistent) – Willkommens-E-Mail mit Terminvorschlägen senden. Schritt 2 (Verantwortlich: Coach) – Erstgespräch führen und Ziele definieren. Schritt 3 (Verantwortlich: Assistent) – Vertrag und Rechnung versenden. Checklisten für jeden Schritt und häufige Fehler (z.B. fehlende Unterlagen) mit Lösungen werden inkludiert.

Beispiel 2: Webinar-Durchführung

Für die Durchführung eines Coaching-Webinars erstellt der Prompt eine SOP mit Zeitplanung: 1 Woche vorher (Technik-Check, Einladung versenden), 1 Tag vorher (Erinnerungs-E-Mail), 1 Stunde vorher (Raum vorbereiten, Backup-Plan aktivieren), während des Webinars (Begrüßung, Agenda, Q&A), Nachbereitung (Aufzeichnung versenden, Follow-up).

Beispiel 3: Content-Produktionsworkflow

Der Content-Erstellungsprozess wird als SOP dokumentiert: Ideenfindung (wöchentliches Brainstorming), Recherche (Quellen prüfen), Erstellung (Erstentwurf), Review (Qualitätscheck), Veröffentlichung (Scheduling), Analyse (Performance-Messung). Jeder Schritt hat definierte Zeitvorgaben und Qualitätskriterien.

2.2 Risikobewertung

Beispiel 1: Einführung eines neuen Coaching-Programms

Der Prompt bewertet Risiken: Geringe Nachfrage (Wahrscheinlichkeit: mittel, Auswirkung: hoch = Priorität 1) – Mitigation: Marktforschung durchführen, MVP testen. Technische Probleme bei Online-Durchführung (Wahrscheinlichkeit: hoch, Auswirkung: mittel = Priorität 2) – Mitigation: Backup-Systeme, Technik-Support buchen. Konkurrenzreaktion (Wahrscheinlichkeit: niedrig, Auswirkung: mittel = Priorität 3) – Mitigation: Unique Selling Proposition definieren.

Beispiel 2: Expansion in einen neuen Markt

Für eine geografische Expansion bewertet der Prompt kulturelle Unterschiede (hohe Wahrscheinlichkeit, hohe Auswirkung), regulatorische Hürden (mittlere Wahrscheinlichkeit, hohe Auswirkung) und Marktakzeptanz (mittlere Wahrscheinlichkeit, hohe Auswirkung). Für jedes Risiko werden spezifische Maßnahmen entwickelt, wie lokale Partnerschaften oder rechtliche Due Diligence.

Beispiel 3: Teamerweiterung

Die Einstellung neuer Coaches wird risikobewertet: Fehlpassung (hohe Wahrscheinlichkeit, hohe Auswirkung) – Mitigation: Strukturiertes Interview-Verfahren, Probemonat. Wissensverlust bei Abwanderung (niedrige Wahrscheinlichkeit, hohe Auswirkung) – Mitigation: Dokumentation, Wissenstransfer-Prozesse. Budgetüberschreitung (mittlere Wahrscheinlichkeit, mittlere Auswirkung) – Mitigation: Phasierte Einstellung, variable Vergütung.

Teil III: Allgemeine Geschäftsanwendungen

3.1 Kundenanalyse

Beispiel 1: Führungskräfte-Coaching

Für ein Coaching-Angebot für C-Level-Executives erstellt der Prompt ein Persona-Profil: "Max, 45, CTO, verdient 200k+, Schmerzpunkte: Work-Life-Balance, Teamführungsherausforderungen, strategische Entscheidungen. Ziele: Effektivere Führung, mehr Zeit für Familie. Marketing-Botschaft: "Führen Sie Ihr Team zum Erfolg – ohne Ihre Gesundheit zu opfern."

Beispiel 2: Karrierecoaching für Berufseinsteiger

Das Persona-Profil für Berufseinsteiger: "Lisa, 24, Absolventin, unsicher in Bewerbungsgesprächen, sucht Orientierung. Schmerzpunkte: Mangelnde Erfahrung, Unsicherheit, Konkurrenzdruck. Ziele: Traumjob finden, Gehalt verhandeln. Marketing-Botschaft: "Vom Unsicheren zum Überzeugenden – Ihr Erfolg beginnt mit dem richtigen Mindset."

Beispiel 3: Unternehmensberatung für KMU

Für kleine Unternehmen wird ein Persona erstellt: "Thomas, 52, Inhaber eines Handwerksbetriebs, 15 Mitarbeiter. Schmerzpunkte: Digitale Transformation, Mitarbeitergewinnung, Wachstumsstrategie. Ziele: Betrieb modernisieren, Nachfolge planen. Marketing-Botschaft: "Tradition trifft Innovation – zukunftssichern Sie Ihr Unternehmen."

3.2 Präsentationen

Beispiel 1: Pitch für Coaching-Dienstleistungen

Schlussfolgerung: "Investition in Coaching zahlt sich 3-fach aus." Argument 1: Produktivitätssteigerung – Beispiel: Klient steigerte Output um 40%. Argument 2: Mitarbeiterbindung – Beispiel: Turnover-Rate sank um 60%. Argument 3: Innovation – Beispiel: Team entwickelte 3 neue Produkte nach Coaching. Zusammenfassung: Coaching ist keine Kostenstelle, sondern Wachstumsinvestition.

Beispiel 2: Workshop über Kommunikation

Die Präsentation für einen Kommunikations-Workshop beginnt mit der These: "Klare Kommunikation spart 30% Arbeitszeit." Die drei Argumente behandeln Effizienz, Fehlerreduktion und Teamzufriedenheit, jeweils mit konkreten Beispielen aus der Praxis. Der Abschluss gibt den Teilnehmern eine 5-Punkte-Checkliste für ihre nächste Besprechung.

Beispiel 3: Jahresrückblick für Stakeholder

Für eine Coaching-Firma wird ein Jahresrückblick erstellt: Schlussfolgerung: "2024 war unser erfolgreichstes Jahr." Argument 1: Umsatzwachstum (konkrete Zahlen). Argument 2: Klientenerfolge (Testimonials, Metriken). Argument 3: Teamexpansion (neue Coaches, Standorte). Die Zusammenfassung gibt einen Ausblick auf 2025 mit konkreten Zielen.

Fazit

Die in diesem Buch vorgestellten Prompts bieten Business Coaches ein leistungsstarkes Werkzeug, um ihre Arbeit effizienter und effektiver zu gestalten. Von der Content-Erstellung über die Prozessoptimierung bis hin zur Kundenanalyse – die Möglichkeiten sind vielfältig.

Der Schlüssel zum erfolgreichen Einsatz von KI-Prompts liegt in der präzisen Formulierung und dem iterativen Verfeinern. Nutzen Sie die Beispiele in diesem Buch als Ausgangspunkt und passen Sie sie an Ihre spezifischen Bedürfnisse an.

Denken Sie daran: KI ist ein Werkzeug, das Ihre Expertise ergänzt, nicht ersetzt. Die Kombination aus menschlicher Erfahrung und künstlicher Intelligenz schafft den größten Wert für Ihre Klienten.

KI-Prompts für Business Coaches

Praxisnahe Beispiele für Ihren Coaching-Erfolg

© 2025 · Alle Rechte vorbehalten – tschoetschel.de

