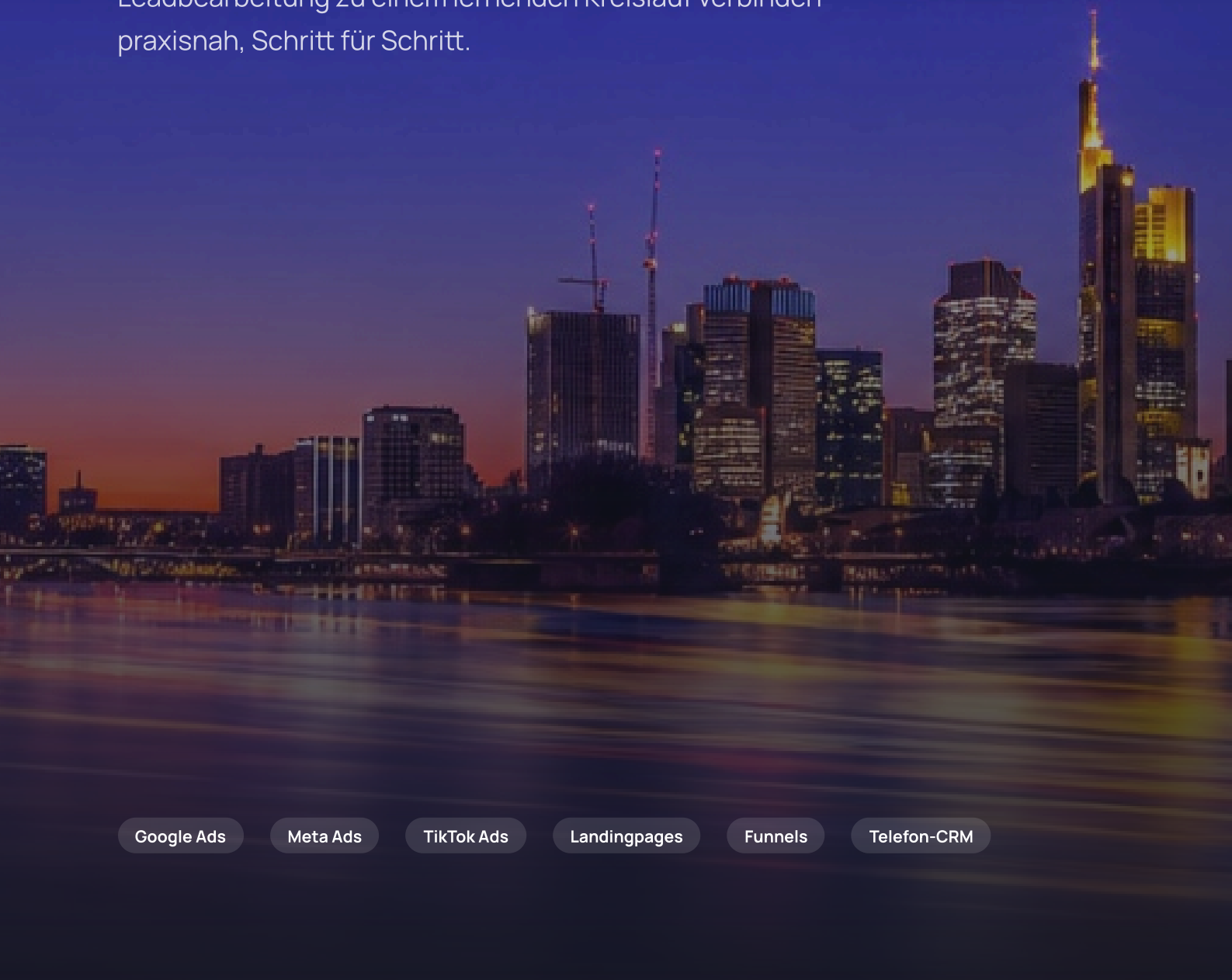
mein assistent

AUSGABE 2027

LEITFADEN

KI-Marketing, das Anfragen bringt.

Wie Unternehmen Anzeigen, Landingpages, Funnels und Leadbearbeitung zu einem lernenden Kreislauf verbinden – praxisnah, Schritt für Schritt.



Google Ads · Meta Ads · TikTok Ads · Landingpages · Funnels · Telefon-CRM

INHALT

Was Sie in diesem Leitfaden erwartet.

00	Vorwort: Warum jetzt?	3
01	Was sich im Marketing gerade verändert	4
02	Der Kreislauf: Lesen, Erstellen, Ausspielen, Lernen	7
03	Vom Klick zum Abschluss: Landingpage, Funnel, Telefon-CRM	11
04	Zwei Wege: Wir machen es – oder Sie machen es selbst	15
05	Ergebnisse aus der Praxis	16
06	Sicherheit und Datenschutz	17
07	In 14 Tagen live: Ihr Fahrplan	18
08	Die Kennzahlen, die wirklich zählen	19
09	Ihr nächster Schritt	20

Dieser Leitfaden richtet sich an Inhaberinnen, Geschäftsführer und Marketingverantwortliche in Unternehmen, die über Online-Anzeigen planbar Anfragen gewinnen wollen – ob Sie es selbst umsetzen oder umsetzen lassen.

VORWORT

Sie führen die Marke. Den Rest kann ein System übernehmen.

Viele Unternehmen investieren in Anzeigen – und verlieren unterwegs, was sie gewonnen haben. Die Anzeige läuft, die Landingpage passt nicht ganz, die Anfrage landet im E-Mail-Postfach und wird zu spät beantwortet.

Das Problem ist selten ein einzelnes Werkzeug. Es sind die Übergaben dazwischen: vom Briefing zur Agentur, von der Anzeige zur Seite, vom Formular zum Vertrieb. Jede Übergabe kostet Zeit, und jede Verzögerung kostet Abschlüsse.

Künstliche Intelligenz verändert genau diese Stellen. Anzeigen entstehen in Minuten statt Wochen, Budgets wandern automatisch zu dem, was funktioniert, und echte Vertriebsergebnisse fließen zurück an Google und Meta. So lernt das System mit jedem Lead dazu.

> Gutes Marketing ist kein einzelner Kanal, sondern ein Kreislauf, der aus jedem Ergebnis lernt.

In diesem Leitfaden zeigen wir, wie dieser Kreislauf aufgebaut ist, welche Rolle Landingpages, Funnels und ein Telefon-CRM spielen und wie Sie in 14 Tagen starten – ob mit uns als Rundum-Service oder mit unseren Werkzeugen in Eigenregie.



01

KAPITEL 1

Was sich im Marketing gerade verändert.

Vier Entwicklungen prägen bereits heute, wie Unternehmen Kunden gewinnen. Jede davon verändert, was Ihr Marketing können muss.

ENTWICKLUNG 1

Vom Kampagnenkalender zum Signal.

Klassisch werden Kampagnen Monate vorher geplant und an einem festen Tag gestartet. Heute zählt, was ein Interessent gerade tut: Er öffnet eine E-Mail, bricht einen Funnel ab, sucht nach einem Angebot. Wer auf diese Signale reagiert, spricht Menschen im richtigen Moment an – mit der passenden Botschaft und auf dem richtigen Kanal.

Signal
Funnel abgebrochen, Seite erneut besucht

→

Entscheidung
Was, wann und wo wird ausgespielt?

→

Aktion
Passende Anzeige, E-Mail oder WhatsApp

ENTWICKLUNG 2

Von breiten Zielgruppen zum einzelnen Menschen.

Zielgruppen nach Alter oder Region sind Durchschnittswerte – die Botschaft passt nie ganz. KI ermöglicht es, Anzeigen und Landingpages so zu variieren, dass sie zu einzelnen Segmenten bis hin zum einzelnen Interessenten passen. Aus einer Kampagne werden viele Varianten, die jeweils gezielt ausgespielt werden.

EIN MARKT
Eine Botschaft für alle – hohe Streuverluste.

SEGMENTE
Mehrere Botschaften für grobe Gruppen.

EINZELNE
Varianten je Interessent, laufend getestet.

ENTWICKLUNG 3

Von wenigen Anzeigen zu laufenden Tests.

Personalisierte Werbung braucht deutlich mehr Anzeigen und Landingpages, als ein klassischer Ablauf liefern kann. Die Lösung: freigegebene Bausteine – Bilder, Headlines, Layouts, Rechtstexte – werden in Minuten zu fertigen, markenkonformen Anzeigen zusammengesetzt. Die Kampagne lernt, während sie läuft, nicht erst danach.

ENTWICKLUNG 4

KI wird in Stufen eingeführt.

Kein Unternehmen übergibt sein Marketing am ersten Tag einer Maschine. Teams geben Aufgaben schrittweise ab, während das System Vertrauen gewinnt. Viele bleiben in Stufe 1 stehen, weil ihre Werkzeuge keine Daten austauschen. Verbundene Systeme machen die Stufen 2 bis 4 erst möglich.

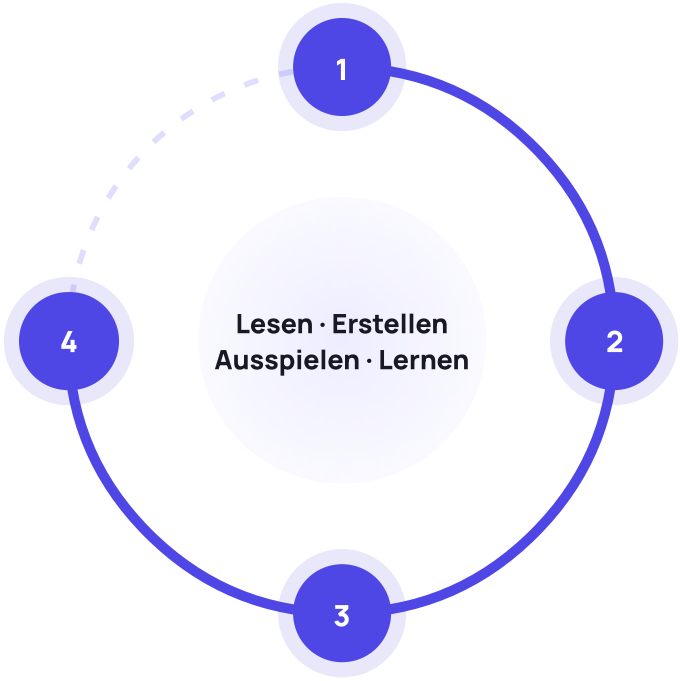
STUFE	WAS DIE KI TUT	WAS IHR TEAM TUT
1 · Assistenz	Hilft bei einzelnen Aufgaben	Erledigt die Arbeit
2 · Unterstützung	Bereitet vor und führt aus	Prüft und gibt frei
3 · Automatisierung	Übernimmt den Alltag	Greift bei Bedarf ein
4 · Autonomie	**Arbeitet selbstständig**	**Setzt Ziele und Leitplanken**

02

KAPITEL 2

Der Kreislauf: Lesen, Erstellen, Ausspielen, Lernen.

Kreation, Mediabudget und Daten laufen nicht nacheinander, sondern als ein Kreislauf. Jedes Ergebnis wird zum Startpunkt für den nächsten Durchgang.



1 · LESEN

Jeder Durchgang beginnt mit echten Signalen.

Eigene Daten aus CRM und Leads, die Anzeigen der Wettbewerber, Suchtrends und aktuelle Themen. Daraus entstehen klare Testhypothesen – etwa: „Spricht der Preisvorteil junge Familien stärker an als das Thema Sicherheit?"

- ✓ CRM- und Lead-Daten
- ✓ Wettbewerber-Anzeigen
- ✓ Trends und Suchanfragen

2 · ERSTELLEN

Aus jeder Hypothese werden fertige Assets.

Anzeigentexte in Ihrer Markensprache, Bild- und Video-Anzeigen sowie die passende Landingpage mit Funnel. Alles wird vor dem Start auf Logos, Schriften und erlaubte Aussagen geprüft.

- ✓ Anzeigen in allen Formaten
- ✓ Passende Landingpage je Botschaft
- ✓ Marken- und Compliance-Prüfung

3 · AUSSPIELEN

Dort, wo Ihre Kunden unterwegs sind.

Die Anzeigen laufen auf allen relevanten Kanälen. Das Tracking ist durch den gesamten Funnel verbunden, sodass jede Interaktion messbar wird – vom ersten Klick bis zum Abschluss.

Google Ads · Suche · YouTube · Facebook · Instagram · TikTok · LinkedIn

4 · LERNEN

Gewinner skalieren, Verlierer früh stoppen.

Das Live-Portfolio wird laufend ausgewertet: Schwache Anzeigen werden pausiert, starke bekommen mehr Budget, ihre Muster werden zu neuen Hypothesen. Jeder Zyklus startet klüger als der letzte.

DER FEEDBACK-LOOP

Werbeplattformen lernen aus echten Abschlüssen – nicht nur aus Formularen.

Die meisten Kampagnen optimieren auf ausgefüllte Formulare. Das führt zu vielen, aber oft unpassenden Leads. Wenn stattdessen zurückgemeldet wird, welcher Lead erreicht wurde, einen Termin hatte und zum Kunden wurde, lernen Google und Meta, genau solche Menschen zu finden.

Anzeige → **Lead** → **Termin** → **Abschluss**

↺ Das Ergebnis fließt automatisch zurück an Google und Meta.

KAPITEL 2 · TEMPO

Vom Briefing zur Live-Anzeige am selben Tag.

Der größte Zeitfresser ist selten die Arbeit selbst, sondern das Warten zwischen den Schritten. Ein Vergleich in einem vereinfachten Modell:

SCHRITT	KLASSISCHER ABLAUF	MIT MEIN ASSISTENT
Briefing	ca. 1 Woche – Abstimmung, Shooting planen	Minuten – Briefing in eigenen Worten
Erstellen	mehrere Wochen – jedes Format von Hand	Minuten – alle Formate gleichzeitig
Abstimmen	ca. 2 Wochen – Feedback per E-Mail	Minuten – Varianten direkt angepasst
Freigabe	ca. 1 Woche – Marke und Recht prüfen	Ein Klick – Prüfung bereits integriert
Start	ca. 1 Woche – Export und Einbuchung	Automatisch – auf allen Kanälen
Optimieren	Wöchentlicher Bericht, manuelle Anpassung	Laufend – in Echtzeit

Die Zeiten sind ein vereinfachtes Modell eines typischen Kampagnenzyklus und keine gemessenen Kundenergebnisse.





03

KAPITEL 3

Vom Klick zum Abschluss.

Eine Anzeige ist nur so gut wie das, was danach passiert: die Landingpage, der Funnel und die Geschwindigkeit, mit der Ihr Team die Anfrage bearbeitet.

Die Seite führt fort, was die Anzeige verspricht.

Wer auf eine Anzeige klickt, erwartet genau das Angebot, das er gesehen hat. Eine allgemeine Startseite verliert diese Menschen. Eine eigene Landingpage pro Botschaft hält den roten Faden – vom Klick bis zur Anfrage.

01

Eine Botschaft

Headline und Angebot der Anzeige werden auf der Seite wieder aufgegriffen.

02

Mobil zuerst

Die meisten Interessenten kommen über das Smartphone – die Seite muss dort perfekt funktionieren.

03

Ihr Design

Logo, Farben und Schriften im Corporate Design – ohne Programmierung.

Der Funnel qualifiziert, bevor Ihr Team anruft.

Statt eines langen Formulars beantworten Interessenten wenige, einfache Fragen per Klick: Worum geht es? Wann? In welcher Region? Wer nicht passt, wird freundlich weitergeleitet. Ihr Vertrieb erhält nur Anfragen mit echtem Bedarf – und alle Informationen für ein gutes erstes Gespräch.

Frage 1
Was planen Sie?

→

Frage 2
Bis wann?

→

Frage 3
Wo?

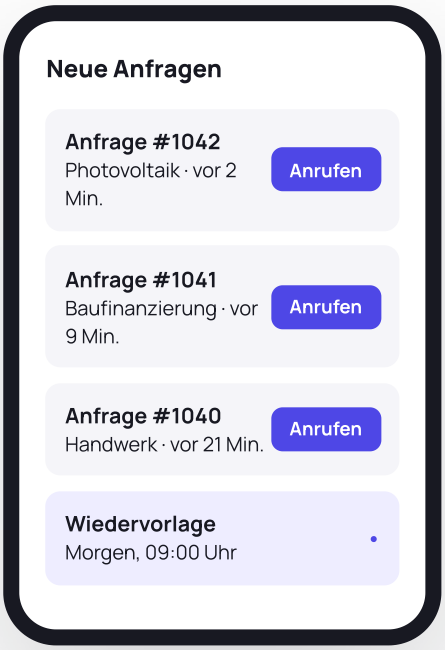
→

Kontakt
Qualifizierte Anfrage

Anfragen gehören nicht ins E-Mail-Postfach.

Je schneller Sie anrufen, desto höher die Chance auf einen Termin. Im E-Mail-Postfach gehen Anfragen zwischen Rechnungen und Newslettern unter.

Ein Telefon-CRM bündelt jede Anfrage an einem Ort – mit allen Antworten aus dem Funnel. Ihr Team öffnet die Anfrage, ruft mit einem Klick an und speichert das Ergebnis direkt dazu. Am Smartphone unterwegs genauso wie am Rechner im Büro.



- ✓ **1-Klick-Anruf** direkt aus der Anfrage
- ✓ **Wiedervorlagen**, damit niemand vergessen wird
- ✓ **Notizen und Status** für das ganze Team sichtbar
- ✓ **WhatsApp und E-Mail** aus derselben Ansicht
- ✓ **Smartphone und Rechner** mit identischer Oberfläche



KAPITEL 3 · AUTOMATISIERUNG

Nachfassen, ohne daran denken zu müssen.

Nicht jeder Interessent ist beim ersten Anruf erreichbar oder sofort entschieden. Automatische E-Mail- und WhatsApp-Abläufe begleiten ihn freundlich weiter – bis Ihr Team das nächste Gespräch führt. Ein Beispiel:

Sofort	**Bestätigung per E-Mail:** „Danke für Ihre Anfrage – wir melden uns heute noch bei Ihnen."
+ 5 Min.	**Anruf aus dem Telefon-CRM.** Die Anfrage erscheint mit allen Funnel-Antworten oben in der Liste.
+ 2 Std.	**Nicht erreicht?** Automatische Nachricht: „Wir haben Sie leider nicht erreicht – wann passt es Ihnen besser?"
+ 1 Tag	**WhatsApp mit Terminlink**, damit der Interessent selbst einen Zeitpunkt wählt.
+ 3 Tage	**Wiedervorlage im CRM** für einen zweiten Anrufversuch.
+ 7 Tage	**Hilfreiche Information** zum Thema der Anfrage – ohne Druck, mit Möglichkeit zur Antwort.

Tipp: Starten Sie mit drei Nachrichten statt zehn. Ein kurzer, persönlicher Ablauf wirkt besser als ein langer Newsletter-Strom.

KAPITEL 4 · ZWEI WEGE

Wir machen es für Sie – oder Sie machen es selbst.



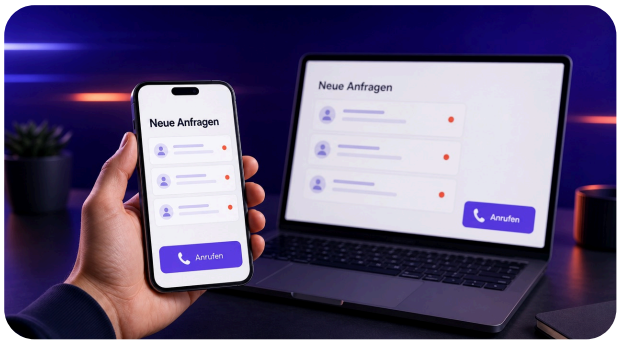
RUNDUM-SERVICE

Ihr komplettes Marketing in einer Hand

Wir übernehmen Strategie, Anzeigen, Landingpages, Funnels, Budgetsteuerung und Auswertung. Sie bekommen qualifizierte Anfragen.

- ✓ Google Ads: Suche, Display, YouTube
- ✓ Meta Ads: Facebook und Instagram
- ✓ TikTok Ads
- ✓ Landingpages und Funnels
- ✓ Leads direkt in Ihr CRM

Ideal für Unternehmen ohne eigenes Marketingteam.



SELBST MACHEN

Alles selbst steuern – ganz einfach

Ihr Team baut Landingpages, Funnels und Kampagnen selbst – ohne Programmierung und ohne Agentur.

- ✓ Baukasten im eigenen Design
- ✓ Anbindung an Google, Meta, TikTok
- ✓ Telefon-CRM mit 1-Klick-Anruf
- ✓ Smartphone und Rechner
- ✓ E-Mail, WhatsApp, Wiedervorlagen

Ideal für Unternehmen mit eigenem Team.

KAPITEL 5 · AUS DER PRAXIS

Ergebnisse, die man messen kann.

Beispielhafte Ergebnisse von Unternehmen, die mit der osiro-Plattform arbeiten – der technischen Grundlage von Mein Assistent.

80

Leads pro Tag

Beispiel aus der Baufinanzierung

40.000+

Leads pro Jahr

über Landingpages und Funnels

–37 %

Kosten pro Bewerbung

Beispiel aus dem Recruiting



FALLBEISPIEL · TAXIBETRIEB

Buchungen über den Funnel statt am Telefon.

Ein Taxibetrieb ersetzte den Anruf als ersten Kontakt durch eine Landingpage mit Buchungs-Funnel. Ergebnis in 30 Tagen: **2.114 Funnel-Starts, 82 % davon über das Smartphone.** Die Disposition erhält strukturierte Buchungen statt vieler Einzelanrufe.

KAPITEL 6 · SICHERHEIT

Sicherheit auf Enterprise-Niveau.

Wer Anfragen und Kundendaten verarbeitet, trägt Verantwortung. Datenschutz und Informationssicherheit sind deshalb fester Bestandteil der Plattform – nicht nachträglich ergänzt.



MARKE

Markenkonform

Freigegebene Logos, Schriften und Aussagen werden automatisch geprüft – mit menschlicher Kontrolle für sensible Branchen.

ZUGRIFF

Rollen & Rechte

Jedes Teammitglied sieht genau die Anfragen, die es bearbeiten soll – an jedem Standort.

DATEN

Geschützt

ISO 27001 zertifiziert, DSGVO-konform und mit AES-256 verschlüsselt.

Checkliste vor dem Start: Auftragsverarbeitungsvertrag abgeschlossen · Datenschutzhinweis auf jeder Landingpage · Einwilligung für E-Mail und WhatsApp · Rollen im Team festgelegt.

KAPITEL 7 · FAHRPLAN

In 14 Tagen live.

Vom ersten Gespräch bis zum laufenden Kreislauf – ein Team begleitet jeden Schritt. Ihr Aufwand: ein Gespräch und ein paar Freigaben.

Tag 1	**Strategiegespräch.** Ziele, Zielgruppen, Angebot und was Erfolg für Sie bedeutet.
Tag 2–6	**Creatives und Landingpages.** Wir prüfen Ihre Markenrichtlinien und erstellen Anzeigen, Seiten und Funnel.
Tag 7–10	**Verbinden.** Tracking, Werbekonten bei Google, Meta und TikTok sowie das Telefon-CRM werden eingerichtet. Ihr Teil: die Zugänge freigeben.
Tag 11–13	**Testlauf und Schulung.** Ihr Team lernt das Telefon-CRM kennen – am Smartphone und am Rechner.
Tag 14	**Start.** Die Kampagnen gehen live, der Kreislauf aus Lesen, Erstellen, Ausspielen und Lernen beginnt.

Ihre Vorbereitung

- ✓ Logo, Farben und vorhandene Bilder bereitlegen
- ✓ Zugänge zu Google Ads und Meta Business klären
- ✓ Festlegen, wer im Team Anfragen bearbeitet
- ✓ Ein klares Ziel definieren, z. B. Termine pro Woche

KAPITEL 8 · KENNZAHLEN

Die Zahlen, die wirklich zählen.

Klicks und Reichweite sagen wenig. Entscheidend ist, was im Vertrieb ankommt. Diese fünf Kennzahlen sollten Sie jede Woche kennen:

KENNZAHL	WAS SIE ZEIGT	WORAUF ACHTEN
Kosten pro Lead	Was eine Anfrage im Schnitt kostet	Nur im Zusammenhang mit der Qualität bewerten
Reaktionszeit	Zeit von der Anfrage bis zum ersten Anruf	So kurz wie möglich – idealerweise Minuten
Erreichbarkeitsquote	Anteil der Leads, die erreicht werden	Wiedervorlagen und WhatsApp nutzen
Lead-zu-Termin	Anteil der Leads mit vereinbartem Termin	Zeigt, ob der Funnel richtig qualifiziert
Kosten pro Abschluss	Werbebudget geteilt durch neue Kunden	Die wichtigste Zahl – an Google und Meta zurückmelden

Fünf typische Fehler

- ✓ Alle Anzeigen führen auf die allgemeine Startseite
- ✓ Anfragen landen im E-Mail-Postfach und werden erst Stunden später beantwortet
- ✓ Kampagnen optimieren auf Formulare statt auf echte Abschlüsse
- ✓ Gewinner-Anzeigen werden nicht rechtzeitig nachgeschoben
- ✓ Am Wochenende kümmert sich niemand um Budget und Anfragen

IHR NÄCHSTER SCHRITT

Bereit, wenn Sie es sind.

Sehen Sie in einer persönlichen Demo, was Mein Assistent für Ihre Marke erstellen würde – mit echten Anzeigen, Landingpages und Ihrem Telefon-CRM.

Demo buchen →

ma mein assistent

info@meinassistent.ai
+49 721 95279593
meinassistent.ai

© 2026 Mein Assistent
Angetrieben von osiro