



MODERNE KOMMUNIKATION

Mit Textmodellen

Textmodelle oder auch Frameworks sind in der modernen Kommunikation nicht mehr wegzudenken. Aber welche Textmodelle gibt es? Wo sind die Vorteile? Und wie kann man Sie nutzen? Dieses E-Book gibt Antworten auf all diese Fragen.

EINLEITUNG

Textmodelle (Frameworks)

In diesem E-Book dreht sich alles um Textmodelle oder auch Text Frameworks und wie Du diese effektiv für Dein Unternehmen einsetzen kannst. Textmodelle sind bewährte Methoden und Strategien, um Deine Botschaft klar und überzeugend zu vermitteln. Sie helfen Dir dabei, Texte zu erstellen, die Deine Kunden ansprechen, ihre Aufmerksamkeit gewinnen und letztendlich zum Handeln bewegen. In diesem Beitrag werden wir uns mit einigen der bekanntesten Text Frameworks wie AIDA, PAS, 4P, HERO und 4C beschäftigen und Dir zeigen, wie Du diese in Deinem Unternehmen erfolgreich nutzen kannst.

Text Frameworks sind in der Marketing- und Werbewelt schon lange bekannt und erprobt. Sie stellen eine Struktur dar, die Dir hilft, Deine Botschaft auf den Punkt zu bringen und gleichzeitig die richtigen Emotionen bei Deinen Kunden hervorzurufen.

INHALT

EINLEITUNG	02
DAS TEXTMODELL PAS	04
DAS TEXTMODELL 4P	10
DAS TEXTMODELL AIDA	16
DAS TEXTMODELL HERO	22
DAS TEXTMODELL 4C	28
TEXTMODELLE MIT KI ERSTELLEN	34
FAZIT	35

Das Textmodell **PAS**

PAS, eine Abkürzung für Probleme, Agitation und Lösung, ist ein einfaches und doch kraftvolles Textmodell, das oft in Werbe- und Marketingtexten verwendet wird. Das PAS-Textframework eignet sich hervorragend dazu, Geschichten aufzubauen und zu erzählen, die sowohl emotional als auch rational ansprechend sind. Es ist besonders effektiv, um das Bewusstsein und Interesse an einem Produkt oder einer Dienstleistung zu wecken, indem es auf ein Problem aufmerksam macht, die da mit verbundenen Unannehmlichkeiten hervorhebt und dann die Lösung präsentiert.

Problem - Agitation - Solution

AUFBAU

Das Text Framework PAS ist eine bewährte Methode, um werbewirksame und überzeugende Inhalte zu erstellen. PAS steht für "Problem, Agitation, Solution", was auf Deutsch "Problem, Aufschaukelung, Lösung" bedeutet.

Das Textmodell folgt einer logischen und dennoch fesselnden Struktur. Zuerst wird ein Problem identifiziert, welches das Zielpublikum wahrscheinlich hat. Dann wird dieses Problem aufgeschaukelt, indem die negativen Auswirkungen oder die möglichen Folgen hervorgehoben werden. Schließlich wird eine Lösung vorgestellt, die das Problem lösen kann. Diese einfach zu folgende Struktur sorgt dafür, dass der Inhalt relevant bleibt, und behält gleichzeitig eine starke emotionale Resonanz.

Appell an Emotionen und Logik

Ein Schlüsselement des PAS-Frameworks ist der Appell an die Emotionen und die Logik des Publikums. Durch das Identifizieren und Aufschaukeln eines Problems wird ein Bedarf oder ein Wunsch geschaffen. Dies ermöglicht es, Emotionen zu wecken und ein Gefühl der Dringlichkeit zu erzeugen. Dann, indem eine Lösung vorgeschlagen wird, wird an das logische Denken des Publikums appelliert. Dies zeigt, wie das Produkt, die Idee oder der Service, der beworben wird, dieses Problem effektiv lösen kann, was das Publikum zum Handeln motiviert.

TIPP

Nachdem das Problem identifiziert wurde, sollte dieses deutlich kommuniziert werden, um den Kunden in einen Zustand der Agitation zu versetzen.

Die Kommunikation mit dem PAS Textmodell sollte so gestaltet werden, dass der Kunde die Dringlichkeit des Problems und den Wert der angebotenen Lösung versteht. Dabei ist es wichtig, den Kunden immer im Zentrum der Kommunikation zu halten und seine Bedürfnisse und Ängste ernst zu nehmen.

PAS IN DER UNTERNEHMENS-KOMMUNIKATION

Für Unternehmenskommunikation kann das PAS-Framework problemlos eingebunden werden. Es kann für verschiedene Zwecke, von Werbung und Marketing bis hin zu internen Kommunikationsstrategien, eingesetzt werden. In einem internen Kontext kann es beispielsweise dazu beitragen, die Aufmerksamkeit der Mitarbeiter auf ein bestimmtes internes Problem zu lenken, zu beschreiben, wie dieses Problem deren tägliche Arbeit beeinträchtigen könnte, und zu erläutern, wie geplante Änderungen oder Maßnahmen das Problem lösen werden.

In der Praxis kann das PAS-Framework auch für externe Kommunikationsformen eingesetzt werden. Es kann in Verkaufsbriefen, E-Mails, Social-Media-Posts, Blogbeiträgen, Werbeanzeigen und in vielen anderen Formen von Marketing- und Werbematerialien verwendet werden. Wichtig ist, dass das identifizierte Problem relevant und relatable für das Zielpublikum ist und dass die präsentierte Lösung überzeugend und praktisch ist.



BEISPIEL PAS mit KI

Eingabe: Smart Home Thermostat, energiesparend, einfache Montage, Nutzung per App

Problem

Zu hohe Energiekosten können schnell zu einer finanziellen Belastung werden, insbesondere in den kalten Wintermonaten. Gleichzeitig ist das ständige Justieren der Heizungssteuerung eine lästige, zeitraubende Aufgabe, die man sich lieber ersparen würde. Hinzukommt, dass viele herkömmliche Thermostate sehr kompliziert in der Installation und Bedienung sind.

Agitation

Stellen Sie sich vor, Sie kommen nach Hause und die Wohnung ist kalt und ungemütlich, nur weil Sie vergessen haben, die Heizung rechtzeitig hochzudrehen. Gleichzeitig erhalten Sie wieder eine hohe Nachzahlung auf Ihre Nebenkostenabrechnung, da Sie den Verbrauch Ihrer Heizung nicht effizient steuern konnten. Das nervt und frustriert, denn es kostet Sie nicht nur unnötig Geld, sondern auch viel Zeit und Energie.

Solution

Die Lösung für dieses Problem heißt Smart Home Thermostat. Dieser intelligente Thermostat ermöglicht eine einfache und effiziente Steuerung Ihrer Heizung. Dank seiner smarten Funktionen können Sie die Heizungssteuerung direkt über eine App auf Ihrem Smartphone kontrollieren und anpassen. So können Sie bequem von unterwegs die Temperatur in Ihrer Wohnung steuern und Energiekosten senken. Die einfache Montage und Bedienung des Smart Home Thermostats spart Ihnen zudem viel Zeit und Nerven. Holen Sie sich jetzt das Smart Home Thermostat und machen Sie Ihr Zuhause intelligenter, energiesparender und komfortabler.

Pro & Contra PAS Textmodell

Pro

- **Effiziente Contenterstellung:** Mit dem PAS Textmodell können Sie effiziente und optimierte Inhalte für verschiedene Plattformen wie Webseite, Prospekte, Social Media u. v. m. erstellen. Es nimmt Ihnen dabei viel Arbeit ab und spart Ihnen Zeit.
- **Hochwertige Inhalte:** Das Textmodell garantiert qualitativ hochwertige Inhalte, indem es auf erprobte Strukturen und Formate zurückgreift, um den höchsten Impact zu erzielen.
- **Flexible Anpassung:** Das PAS Textmodell lässt sich leicht an verschiedene Themengebiete, Genres, Tonalität und Stilvorgaben sowie Zielgruppen anpassen.
- **Zielgerichtete Kommunikation:** Mit dem PAS Textmodell können Sie Ihre Botschaft präzise und effektiv kommunizieren, indem Sie auf das Problem (Problem), die Analyse (Agitation) und die Lösung (Solution) fokussieren.

Contra

- **Potenzielle Eintönigkeit:** Bei häufigem Einsatz des PAS Textmodells könnten die Inhalte eintönig und vorhersehbar werden.
- **Eingeschränkte Kreativität:** Die strikte Einhaltung des PAS Modells kann die Kreativität einschränken und innovative Ansätze in der Content-Erstellung limitieren.
- **Übertragung auf komplexe Themen schwierig:** Bei sehr komplexen oder speziellen Inhalten kann das PAS Textmodell an seine Grenzen stoßen.

Fazit

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das PAS-Framework eine wertvolle ergänzende Methode für die Unternehmenskommunikation ist. Es ermöglicht es Unternehmen, ihre Kommunikationsbotschaften auf eine Weise zu strukturieren, die das Publikum sowohl emotional als auch rational anspricht. Der Schlüssel zum erfolgreichen Einsatz von PAS besteht darin, relevante und zeitnahe Probleme zu identifizieren, solide Beweise für diese Probleme zu liefern und eine überzeugende Lösung anzubieten. Mit diesen Elementen kann PAS dazu beitragen, stärkere und effektivere Kommunikationsbotschaften zu erstellen.

Das Textmodell 4P

Das Textmodell 4P ist eine hilfreiche Leitlinie für effektives Schreiben, insbesondere in den Bereichen Marketing und Vertrieb. Diese Methode basiert auf vier grundlegenden Komponenten: Versprechen (Promise), Bild (Picture), Beweis (Proof) und Drängen (Push).

Die Integration der vier Elemente in einen ansprechenden Text kann zu wirkungsvollen und überzeugenden Marketing- und Vertriebsmaterialien führen. Jedoch, obwohl das Textmodell eine klare Struktur und Richtung bietet, erfordert die effektive Umsetzung eine sorgfältige Überlegung und Anpassung an den spezifischen Kontext und das spezifische Publikum.

Promise - Picture - Proof - Push

AUFBAU

Zuerst kommt **das Versprechen**. Hier setzt der Verfasser die Erwartungen, indem er dem Leser eine klare Aussage darüber gibt, was er von dem Text oder dem beworbenen Produkt oder Service erwarten kann. Es handelt sich um eine gezielte Ansprache, die spezifisch die Vorteile oder Lösungen hervorhebt, die das Produkt oder die Dienstleistung bietet.

Danach wird **das Bild** gemalt. Hier geht es darum, eine lebendige und ansprechende Darstellung dessen zu erzeugen, was durch die Erfüllung des Versprechens erreicht wird. Es ist die Aufgabe des Verfassers, dem Leser zu helfen, ein klares und attraktives Bild davon zu haben, wie das Produkt oder die Dienstleistung sein Leben verbessern oder seine Probleme lösen kann.

Der nächste Schritt ist **der Beweis**. Hier muss der Verfasser dem Leser konkrete und überzeugende Beweise dafür liefern, dass das Produkt oder die Dienstleistung tatsächlich das hält, was es verspricht. Dies kann durch Zahlen, Statistiken, Fallstudien, Erfahrungsberichte oder andere Formen der empirischen Evidenz geschehen.

Schließlich kommt **der Push**. Dies ist der abschließende Aufruf zur Aktion, der den Leser dazu ermutigt, den nächsten Schritt zu machen und das Produkt zu kaufen oder die Dienstleistung in Anspruch zu nehmen. Der Druck sollte stark, aber nicht aufdringlich sein und den Leser motivieren, seine Situation durch die Nutzung des Produkts oder der Dienstleistung zu verbessern.

ZIELGERICHTETES NARRATIV

Das 4P-Textmodell bietet viele Vorteile, insbesondere für Unternehmen, die ihre Kommunikations- und Marketingstrategien strukturieren und verbessern möchten. Ein Hauptvorteil ist die Möglichkeit, ein zielgerichtetes und kraftvolles Textnarrativ zu erzeugen, das auf den vier Schlüsselbereichen des Frameworks basiert: Produkt, Preis, Platzierung und Promotion. Mit dem 4P-Text-Framework können Unternehmen ihre Produkte oder Dienstleistungen klar definieren und ihre einzigartigen Verkaufsargumente hervorheben.

4P IN DER UNTERNEHMENS-KOMMUNIKATION

Das Textmodell 4P ist ein entscheidendes Instrument in der Unternehmenskommunikation, das zur Strukturierung und Optimierung von Botschaften verwendet wird.

Die Einsatzmöglichkeit des 4P-Frameworks ist umfangreich und vielseitig, von internen Geschäftsdialogen bis hin zu externen Kundeninteraktionen, einschließlich Marketingstrategien und PR-Initiativen. Ein Bereich, in dem dieses Framework besonders nützlich ist, ist die Nutzung von Social Media. Im digitalen Zeitalter, in dem wir leben, ist Social Media ein Vorreiter für Unternehmenskommunikation und Engagement. Unternehmen können das 4P-Framework nutzen, um ihre Social-Media-Kommunikation zu fokussieren und zu optimieren, um eine klar definierte Botschaft zu senden, ihre Aussagen zu stärken und die Interaktion und Reaktion der Zielgruppe zu fördern. Daher ist das 4P-Framework ein keineswegs zu unterschätzendes Tool, das strategisch eingesetzt werden kann, um den Kommunikationserfolg von Unternehmen zu steigern. Es bietet nicht nur einen klaren und übersichtlichen Ansatz zur Strukturierung von Botschaften, sondern trägt auch dazu bei, die Kommunikationsziele effektiver und effizienter zu erreichen.



BEISPIEL 4P mit KI

Eingabe: Dachbodentreppe, Produktbeschreibung

Promise

Versprechen: Eine zuverlässige, widerstandsfähige und thermisch isolierende Dachbodentreppe zu bekommen, war noch nie so einfach. Unsere Dachbodentreppe erfüllt alle Ihre Anforderungen und hilft Ihnen dabei, den Zugang zu Ihrem Dachboden auf bequeme und sichere Weise zu vereinfachen.

Proof

Beweis: Unsere Dachbodentreppe segelt bequem durch die Standards nach DIN EN 14975 und DIN 3193. Alle ihre mechanischen Teile sind dauertestgeprüft und sie ist schadstoffarm geprüft. Sie hat eine Tragfähigkeit von bis zu 150 kg und beinhaltet das PH-Anschluss-System zur zertifizierten Ausführung der Anschlussfuge. Außerdem ist sie mit ihrer Möbelqualität und der kompletten Befestigungsmaterial-Box WS-Einbaubox ausgestattet.

Picture

Bild: Stellen Sie sich vor, wie Sie Ihren Dachboden effizient nutzen können - dank einer maßgefertigten Bodentreppe, die mit Thermo-deck-Doppeldämmung und Hohlkammer-Doppeldichtungen ausgestattet ist. Die Bodentreppe und ihre Anschlüsse sind klima- und luftdicht geprüft, wodurch Sie nicht nur Energie, sondern auch Kosten sparen.

Push

Anstoßen: Beeindrucken Sie Ihre Bekannten und Familie mit einer innovativen und langlebigen Lösung zur Verbesserung Ihres Hauses. Es ist Zeit, in eine hochwertige Dachbodentreppe zu investieren, die sowohl Stil als auch Funktionalität bietet. Handeln Sie jetzt und machen Sie den ersten Schritt, den Dachboden Ihrer Träume zu realisieren. Ihre Zufriedenheit ist unser erstes Anliegen. Bestellen Sie jetzt Ihre maßgefertigte Dachbodentreppe.

Pro & Contra 4P Textmodell

Pro

- **Strukturierte Contenterstellung:** Das 4P Textframework ermöglicht eine strukturierte und nachvollziehbare Erstellung von Inhalten. "Promise - Picture - Proof - Push" bildet eine klare Linie, die den gesamten Schreibprozess leitet.
- **Qualitätssicherung:** Durch das Folgen eines festgelegten Rahmens wird sichergestellt, dass alle wichtigen Elemente in den Inhalt aufgenommen werden. Dies führt zu einer höheren Qualität des fertigen Produkts.
- **Effizienz:** Mit einem strukturierten Rahmen kann die Content-Erstellung effizient und zeitsparend erfolgen. Das Framework funktioniert quasi als Checkliste, sodass keine wichtigen Punkte vergessen werden.
- **Vielseitigkeit:** Das 4P Textframework kann für verschiedene Arten von Inhalten verwendet werden, sei es für Blog-Posts, Social Media Posts oder Webseitentexte.
- **Klarheit und Überzeugungskraft:** Mit dem "Promise - Picture - Proof - Push"-Prinzip werden die Botschaften klar und überzeugend vermittelt, was zu einer Steigerung der Benutzerbindung führen kann.

Contra

- **Nicht für jeden Inhalt geeignet:** Obwohl das 4P Textframework für verschiedene Content-Arten verwendet werden kann, ist es nicht für alle Arten von Inhalten geeignet. Es mag beispielsweise nicht optimal für sehr kurze oder sehr spezifische Inhalte sein.
- **Möglichkeit der Redundanz:** Das strikte Befolgen des Frameworks könnte dazu führen, dass die Inhalte redundant und wiederholend wirken, wodurch das Interesse der Leser möglicherweise abnehmen könnte.
- **Hoher Anspruch an die Qualität des Inhalts:** Das "Proof"-Element erfordert qualitativ hochwertige Beweise, um die Behauptungen zu stützen. Das Finden geeigneter Beweise kann schwierig und zeitaufwändig sein.

Fazit

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Einsatz des Textframeworks 4P in der Unternehmenskommunikation erhebliche Vorteile mit sich bringt. In dem vorgestellten Beispiel ist deutlich geworden, wie das 4P-Modell sowohl die interne als auch die externe Kommunikation effektiv strukturieren und optimieren kann. Dieses Modell kann einen klaren und konsistenten Kommunikationsweg schaffen, der das künftige Wachstum und den Erfolg eines Unternehmens nachhaltig beeinflussen kann. Insbesondere konzentriert es sich auf die vier P's: Promise - Picture - Proof - Push, die für eine gut abgerundete Kommunikationsstrategie unerlässlich sind.

Das Textmodell AIDA

Das Text Framework AIDA ist eine Strategie, die in der Werbung und Unternehmenskommunikation weit verbreitet ist. Der Begriff AIDA steht für Attention, Interest, Desire und Action und beschreibt die vier wesentlichen Schritte, um die Aufmerksamkeit Deiner Zielgruppe zu wecken, Interesse zu erzeugen, ein Verlangen zu wecken und schließlich zum Handeln zu bewegen.

Durch die Anwendung des AIDA-Prinzips stellst Du sicher, dass Deine Texte von Anfang an ansprechend sind und Deine Leser motivieren, weiterzulesen oder aktion zu ergreifen.

Attention - Interest - Desire - Action

AUFBAU

Die Attention-Phase zielt darauf ab, die Aufmerksamkeit des Kunden zu gewinnen. Dies kann durch auffällige Werbung, ein interessantes Angebot oder eine provokative Frage erreicht werden. Ein Beispiel für die Attention-Phase könnte ein Werbespot sein, in dem ein Produkt mit einem überraschenden Effekt präsentiert wird.

Nachdem die Aufmerksamkeit des Kunden geweckt wurde, geht es in die Interest-Phase über. Hier geht es darum, das Interesse des Kunden an dem Produkt oder der Dienstleistung zu wecken. Dies kann durch die Präsentation der Vorteile und Eigenschaften des Produkts erfolgen. Ein Beispiel für die Interest-Phase könnte ein Blogbeitrag sein, der die verschiedenen Funktionen eines Produkts erklärt und aufzeigt, wie es das Leben des Kunden verbessern kann.

Sobald das Interesse geweckt wurde, geht es in die Desire-Phase über. Hier wird der Kunde dazu gebracht, ein starkes Verlangen nach dem Produkt oder der Dienstleistung zu entwickeln. Dies kann durch die Darstellung von positiven Erfahrungen anderer Kunden oder das Schaffen von Exklusivität erreicht werden. Ein Beispiel für die Desire-Phase könnte eine Kundenbewertung sein, in der ein Kunde von seinen positiven Erfahrungen mit dem Produkt schwärmt und andere dazu ermutigt, es ebenfalls zu kaufen.

Die letzte Phase des Text Framework AIDA ist die Action-Phase. Hier wird der Kunde dazu aufgefordert, eine konkrete Handlung zu vollziehen, wie zum Beispiel den Kauf des Produkts oder das Ausfüllen eines Anfrageformulars. In dieser Phase ist es wichtig, klare Handlungsaufrufe zu verwenden und dem Kunden einen einfachen Weg zu bieten, um die gewünschte Aktion auszuführen. Ein Beispiel für die Action-Phase könnte ein auffälliger Call-to-Action-Button auf einer Website sein, der den Kunden direkt zum Kauf führt.

DESIRE-PHASE z.B. Kundenbewertung

“ Mit AI Fellows haben wir den Aufwand für Content Creation deutlich gesenkt. In Minuten erstellen wir mit AI Fellows ganz einfach hochwertige Texte, die sich kaum von menschlichen Texten unterscheiden lassen.

AIDA IN DER UNTERNEHMENS-KOMMUNIKATION

Das Text Framework AIDA kann in der Unternehmenskommunikation äußerst effektiv eingesetzt werden. Durch das Verständnis der verschiedenen Phasen und deren Anwendung kann eine wirkungsvolle Kommunikationsstrategie entwickelt werden, die potenzielle Kunden auf allen Ebenen anspricht.

Indem die Aufmerksamkeit der Kunden geweckt wird und sie anhand interessanter Informationen und positiver Erfahrungen weiter in den Kaufprozess geführt werden, kann das Text Framework AIDA dazu beitragen, den Umsatz und die Kundenbindung zu steigern. Es ist jedoch wichtig, die Tonalität und den Kontext der Kommunikation an die Zielgruppe anzupassen und authentisch zu bleiben.

Insgesamt bietet das Text Framework AIDA eine bewährte Methode, um die Wirksamkeit der Unternehmenskommunikation zu verbessern und den Kunden im gesamten Verkaufsprozess zu begleiten. Durch die gezielte Anwendung der verschiedenen Phasen können Unternehmen ihre Botschaften effektiv vermitteln und den Kunden dazu motivieren, die gewünschte Aktion auszuführen.



BEISPIEL AIDA mit KI

Eingabe: Damenlaufschuh, leicht, für Wettkampf, stylisch, nachhaltig

Attention

Entdecken Sie den neuen Damenlaufschuh, der speziell für Wettkämpfe entwickelt wurde. Sein leichtes Gewicht ermöglicht es Ihnen, Bestleistungen zu erzielen, während sein stylisches Design Sie in jeder Situation gut aussehen lässt. Doch das Beste daran ist, dass er nachhaltig hergestellt wurde und somit auch unserer Umwelt zugutekommt.

Desire

Stellen Sie sich vor, wie Sie mit unseren Damenlaufschuhen mühelos über die Ziellinie laufen, Ihr persönliches Bestes erreichen und dabei noch hervorragend aussehen. Das hochwertige Design und die innovative Technologie machen diese Schuhe zu einem Must-Have für jede ambitionierte Läuferin. Darüber hinaus können Sie sich auch gut fühlen, weil dieser Schuh nachhaltig hergestellt wurde und somit zur Reduzierung Ihres ökologischen Fußabdrucks beiträgt.

Interest

Unsere Damenlaufschuhe sind perfekt für anspruchsvolle Läuferinnen, die nach Höchstleistungen streben. Dank ihres leichten Gewichts können Sie Ihre Geschwindigkeit maximieren und Ihre Ziele schneller erreichen. Egal, ob Sie an einem Rennen teilnehmen oder einfach nur Ihre Laufroutine verbessern möchten, dieser Schuh wird Ihnen helfen, Ihr volles Potenzial auszuschöpfen.

Action

Bestellen Sie noch heute Ihren Damenlaufschuh und erleben Sie den Unterschied selbst. Klicken Sie auf den unten stehenden Link, um zu unserem Online-Shop zu gelangen, und wählen Sie die gewünschte Farbe und Größe aus. Mit nur wenigen Klicks können Sie Ihren neuen Lieblingsschuh bestellen und schon bald Ihre Laufziele erreichen. Verpassen Sie nicht die Chance, ein hochwertiges, leichtes, umweltfreundliches und stylisches Produkt zu erwerben.

Pro & Contra AIDA Textmodell

Pro

- **Strukturierte Aufmerksamkeitserzeugung:** Das Text Framework AIDA ermöglicht es, die Aufmerksamkeit der Leser gezielt auf das Wesentliche zu lenken. Durch seine klare Struktur wird der Leser sofort auf den ersten Schritt, die Aufmerksamkeitserzeugung, hingewiesen. Dies hilft, das Interesse des Lesers zu wecken und ihn auf den nächsten Schritt vorzubereiten.
- **Aufbau eines Interesses:** Mit dem Textmodell AIDA können Informationen so präsentiert werden, dass das Interesse des Lesers geweckt und aufrechterhalten wird. Durch die Nutzung von ansprechenden Argumentationen und aufeinander aufbauenden Informationen kann der Leser dazu motiviert werden, sich näher mit dem Thema auseinanderzusetzen und mehr darüber zu erfahren.
- **Generierung von Verlangen:** Ein großer Vorteil des Text Framework AIDA besteht darin, dass es den Leser dazu bringt, ein Verlangen oder Bedürfnis nach dem beworbenen Produkt oder der Dienstleistung zu entwickeln. Durch die geschickte Nutzung von überzeugenden Argumenten und verlockenden Angeboten werden die Leser dazu angeregt, das Produkt oder die Dienstleistung in Betracht zu ziehen und darüber nachzudenken, wie es ihr Leben verbessern könnte.
- **Handlungsaufruf:** Das Text Framework AIDA enthält einen klaren Handlungsaufruf, der den Leser dazu auffordert, eine bestimmte gewünschte Aktion zu unternehmen. Dies kann beispielsweise der Kauf eines Produkts, das Ausfüllen eines Formulars oder das Abonnieren eines Newsletters sein. Durch den eindeutigen Handlungsaufruf wird der Leser dazu motiviert, schnell und gezielt zu handeln.

Contra

- **Potenzielle Einfachheit:** Ein Nachteil des Text Framework AIDA könnte darin bestehen, dass es zu sehr auf Simplizität und eine klare Struktur setzt. Für Leser, die eine höhere intellektuelle Herausforderung suchen oder bereits über umfassende Kenntnisse zum Thema verfügen, könnte das Framework möglicherweise zu reduziert oder repetitiv erscheinen.
- **Unflexibel:** Das Text Framework AIDA folgt einem festen Ablauf, der nicht immer auf jede Situation oder Zielgruppe anwendbar ist. Es erfordert möglicherweise Anpassungen oder Modifikationen, um den spezifischen Bedürfnissen und Anforderungen unterschiedlicher Marktnischen gerecht zu werden.
- **Übermäßige Manipulation:** Ein weiterer Nachteil des Text Framework AIDA besteht darin, dass es möglicherweise zu überzeugend oder manipulativ wirken kann. Durch die gezielte Verwendung von emotionalen oder psychologischen Taktiken kann der Leser dazu verleitet werden, eine Handlung zu vollziehen, ohne diese vollständig zu überdenken oder alternative Optionen zu berücksichtigen.

Fazit

Insgesamt bietet das Text Framework AIDA ein strukturiertes und effektives Mittel, um die Aufmerksamkeit und das Interesse der Leser zu gewinnen. Es ermöglicht die Erzeugung von Verlangen und einen klaren Handlungsaufruf. Allerdings sollte beachtet werden, dass es nicht immer flexibel oder für jeden Leser geeignet ist und zu einer Überbeanspruchung führen kann. Es ist wichtig, das Textmodell sorgfältig an die spezifischen Anforderungen und Zielgruppen anzupassen, um maximale Wirksamkeit zu erzielen.

Das Textmodell **HERO**

Das HERO-Modell ist eine erweiterte Variante des klassischen „Storytelling-Modell“. Dabei stehen die einzelnen Buchstaben von HERO für Hook (Haken), E Empathize (Mitgefühl entwickeln), R Rise to Action (zur Aktion aufrufen) und O für Outcome (Ergebnis). Es findet vor allem Anwendung bei der Planung und Gestaltung von Geschichten, besonders in der Werbung oder Filmindustrie. Dieses Modell soll dazu beitragen, Geschichten zu erstellen, die das Publikum fesseln, indem es einen Bogen von Spannung und Engagement erzeugt. Es hilft dabei, den Zuhörer oder Leser auf eine Emotionale- und Identifikationsebene in die Geschichte einzubeziehen, das Interesse durch erhöhte Anteilnahme und Empathie zu steigern und so letztlich auch die Botschaft oder das Produkt erfolgreich zu vermitteln.

Hook - Empathize - Rise to Action - Outcome

AUFBAU

Hook: Der erste Teil des Modells soll das Interesse des Publikums wecken. Dies geschieht oft durch einen starken, fesselnden Anfang, der eine Frage aufwirft, eine ungewöhnliche Situationsbeschreibung darstellt oder einen Konflikt einführt. Der Hook zielt darauf ab, das Publikum sofort zu fesseln.

Empathize: Im Empathie-Teil geht es darum, eine Verbindung zwischen dem Leser und der Hauptfigur herzustellen. Das Publikum soll sich durch seine Geschichte, Motivationen, Hoffnungen und Ängsten, in die Figur hineinversetzen

Rise to Action: Hier beginnt der Held seine Reise oder seine Aktion. Er trifft Herausforderungen oder Hindernisse, die überwunden werden müssen. In dieser Phase liegen Spannung und Konflikt, die das Publikum fesseln und es zum Weiterlesen motivieren.

Outcome: Im abschließenden Teil der Geschichte wird der Ausgang der Aktion des Helden offenbart. Das Ende zeigt wie der die Herausforderungen bewältigt hat, und berichtet über die daraus resultierenden Veränderungen. Hier können Lektionen gelernt, Erkenntnisse gewonnen und die Geschichte zu einem befriedigenden Abschluss gebracht werden.

WAS IST STORYTELLING?

Storytelling ist ein strategischer Ansatz zur Kommunikation, bei dem Geschichten genutzt werden, um Informationen, Werte, oder Standpunkte zu kommunizieren. Es ist ein Schlüsselwerkzeug in der modernen Unternehmenskommunikation und dient dazu, komplexe Informationen auf umfassende und ansprechende Weise zu verpacken.

HERO IN DER UNTERNEHMENS-KOMMUNIKATION

In der Unternehmenskommunikation wird das HERO-Modell verwendet, um wirkungsvolle, überzeugende Geschichten zu erzählen, die Leser und Zielgruppe in ihren Bann ziehen. In diesem Kontext funktioniert es wie folgt:

Der Einstieg sollte spannend gestaltet werden, um die Aufmerksamkeit Deiner Zielgruppe oder des Kunden sofort auf sich ziehen. Das können beispielsweise überraschende Statistiken oder Anekdoten sein.

Im nächsten Schritt soll die emotionale Verbindung zwischen Deinem Unternehmen, Produkten oder Dienstleistungen und den Bedürfnissen der Deiner Zielgruppe hergestellt werden. Erkläre wie und warum Dein Unternehmen sich in den Herausforderungen und Zielen der Zielgruppe wiederfindet. Dies könnte Kundenbewertungen, Erfolgsgeschichten, Unternehmenswerte und Missionen geschehen.

Danach zeigst Du, wie Dein Unternehmen Herausforderungen annimmt und proaktiv Lösungen schafft. Präsentiere beispielsweise ein neues innovatives Produkt, eine Initiative zur Lösung eines aktuellen Problems oder enthülle Pläne für zukünftige Entwicklungen.

Zum Schluss zeigst Du, was Dein Unternehmen erreicht hat, welche positiven Auswirkungen es hatte und welche Erfolge gefeiert wurden. Dies hilft, den Wert Deines Unternehmens zu unterstreichen und ein positives Bild zu vermitteln.

Somit ist das HERO-Modell ein effektives Werkzeug zur Gestaltung ansprechender Unternehmenskommunikation, das hilft, Zielgruppen zu involvieren und zu motivieren, indem es eine fesselnde, nachvollziehbare und inspirierende Geschichte erzählt.



BEISPIEL HERO mit KI

Eingabe: Smartwatch, Qualität, fairer Preis, stylisch, digital, anpassbares Design, Telefonieren und Texten

Hook

Bist Du bereit, Deine Beziehung zur Technologie auf das nächste Level zu bringen? Unsere neue Smartwatch "Hero" kombiniert elegantes Design mit fortschrittlicher Technologie zu einem unschlagbar günstigen Preis.

Empathy

Bist Du es leid, immer nach Deinem Handy greifen zu müssen? Möchtest Du den Komfort von tragbarer Technologie, ohne auf Stil verzichten zu müssen? Wir wissen, wie anspruchsvoll Dein Alltag sein kann, und unsere Smartwatch ist darauf ausgelegt, Dir zu helfen, alles im Griff zu behalten.

Rise to Action

Wie Du, verstehen wir die Notwendigkeit, stets auf dem neuesten Stand der Technologie zu sein, ohne dabei den Geldbeutel zu sprengen. Mit unserem Fokus auf Qualität und relevanten Funktionen, die Du wirklich benötigst, sind wir genauso bemüht wie Du, mit unserer Smartwatch "Hero" das Beste aus Deinem Alltag zu machen.

Outcome

Mit unserer Smartwatch erhältst Du einen leistungsstarken und stylischen Assistenten direkt an Ihrem Handgelenk. Verpasse keinen wichtigen Anruf oder Nachricht mehr und genieße dabei das anpassbare Design, das sich an deiner persönlichen Ästhetik und Deinen Alltag anpasst. Kaufe noch heute Deine Smartwatch - Es ist Zeit, Dein digitales Leben zu verbessern!

Pro & Contra HERO Textmodell

Pro

- **Emotionaler Anschluss:** Durch die Anwendung des HERO-Modells können Geschichten erstellt werden, die das Publikum auf emotionaler Ebene ansprechen. Dies kann insbesondere in der Werbung und Filmindustrie von großer Bedeutung sein, um das Interesse und Engagement des Publikums zu erhöhen.
- **Strukturierte Geschichtenerzählung:** Das Modell bietet einen klaren Rahmen und Prozess für die Geschichtenerzählung, von der Erstellung des ersten "Hooks" über die Entwicklung der Empathie bis hin zum Aufruf zur Aktion und dem endgültigen Ergebnis.
- **Engagement:** Das Modell legt einen starken Fokus auf das Engagement des Publikums, was sowohl in kommerziellen als auch in kreativen Umgebungen von großem Vorteil sein kann.
- **Starke Handlungsaufforderung:** Schließlich führt die abschließende Outcomes-Komponente dazu, dass Geschichten oft mit einer starken Handlungsaufforderung enden, die zum Handeln anregt und die Hauptbotschaft der Geschichte verstärkt.

Contra

- **Starre Struktur:** Obwohl das HERO-Modell einen klaren Rahmen bietet, könnte seine strikte Struktur als einschränkend empfunden werden. Es lässt möglicherweise nicht genügend Spielraum für kreatives Geschichtenerzählen, das von der vorgegebenen Reihenfolge abweicht.
- **Fehlende Originalität:** Da das Modell eine erweiterte Version des klassischen „Storytelling-Modells“ ist, könnte es als unoriginell wahrgenommen werden. Es könnte Kritikern den Eindruck vermitteln, dass es sich lediglich um eine umbenannte oder leicht veränderte Version einer bestehenden Methodik handelt.
- **Zu starkes Fokus auf Engagement:** Obwohl das Engagement des Publikums wichtig ist, könnte das Modell dazu führen, dass zu viel Wert auf den "Hook" und den "Rise to Action" gelegt wird, auf Kosten der Tiefe und Komplexität des "Outcome".

Fazit

Das HERO-Textmodell ist ein wirkungsvolles Werkzeug zur Erzeugung von überzeugenden und fesselnden Geschichten, die die Zielgruppe ansprechen und sie dazu bringen, aktiv zu werden. Mit seiner strukturierten Herangehensweise ermöglicht das Modell, komplexe Botschaften zugänglich und interessant zu machen. Im Kontext der Unternehmenskommunikation kann das HERO-Modell dazu beitragen, dass Produkte, Dienstleistungen eines Unternehmens im Kopf der Zielgruppe oder des Kunden verankert bleiben. Allerdings besteht die Gefahr, dass die emotionale Verbindung, die durch die HERO-Struktur hergestellt wird, oberflächlich oder manipulativ wirken könnte, besonders wenn die emotionale Resonanz nicht authentisch oder tiefgründig ist.



Das Textmodell 4C

Das 4C-Modell, das für Clear (Klar), Concise (Prägnant), Compelling (Fesselnd) und Credible (Glaubwürdig) steht, ist ein effektives Instrument zur Verbesserung der schriftlichen Kommunikation, insbesondere in der Geschäfts- und Marketingkommunikation.

Es hebt vier Hauptmerkmale hervor, die für eine effektive Kommunikation von Bedeutung sind. Zudem liefert das Modell einen wirksamen Rahmen zur Verbesserung der Qualität und Wirkung von geschriebenen Mitteilungen.

Clear - Concise - Compelling - Credible

AUFBAU

Das 4C-Modell ist ein Framework zur Entwicklung klarer, prägnanter, fesselnder und glaubwürdiger Kommunikation. Obwohl es sich vorrangig auf schriftliche Mitteilungen bezieht, kann es auch auf mündliche Kommunikation oder visuelle Darstellungen angewendet werden. Hier ist das 4C-Modell im Detail:

Clear: Klare Kommunikation beginnt mit der Definition des Ziels und der Botschaft, die vermittelt werden soll. Die Sprache sollte direkt, verständlich und frei von Jargon sein. Wichtige Punkte sollten betont und zentrale Botschaften hervorgehoben werden. Klarheit in der Kommunikation erleichtert das Verständnis und beugt Missverständnissen vor.

Concise: Prägnanz bedeutet, Informationen auf eine effiziente, direkte Weise zu vermitteln, die längliches Geschwafel, unnötige Wiederholungen oder irrelevante Informationen vermeidet. Jedes Wort und jeder Satz sollte einen Zweck erfüllen und zur Gesamtbotschaft beitragen.

Compelling: Fesselnde Kommunikation kann das Interesse des Publikums wecken und seine Aufmerksamkeit aufrechterhalten. Dies kann durch den Einsatz erzählerischer Elemente, lebendiger Beispiele, kraftvoller Argumente oder emotionaler Anziehungspunkte erreicht werden. Die Botschaft sollte den Leser oder Zuhörer motivieren und zum Handeln anregen.

Credible: Glaubwürdige Kommunikation beruht auf der Bereitstellung genauer, zuverlässiger und vertrauenswürdiger Informationen. Strategien zur Steigerung der Glaubwürdigkeit können beinhalten, dass man seine Quellen transparent macht, Fachkenntnisse zeigt oder Konsistenz in der Kommunikation und dem Verhalten aufweist.

EFFEKTIV UND GLAUBWÜRDIG

Das 4C-Modell bietet eine hilfreiche Struktur, um effektive Kommunikation zu erstellen und zu prüfen. Es kann sowohl bei der Erstellung als auch bei der Überarbeitung von Botschaften eingesetzt werden, um sicherzustellen, dass sie klar, prägnant, fesselnd und glaubwürdig sind.

4C IN DER UNTERNEHMENS-KOMMUNIKATION

Das 4C-Modell ist ein herausragendes Werkzeug für die Unternehmenskommunikation. Es fordert Klarheit, Prägnanz, Überzeugungskraft und Glaubwürdigkeit in jeder Form der Kommunikation und kann helfen, sowohl interne als auch externe Botschaften zu optimieren. So kann das 4C-Modell auf die Unternehmenskommunikation angewendet werden:

In der Unternehmenskommunikation ist Klarheit unerlässlich. Ob Du nun mit Mitarbeitern, Partnern, Investoren oder Kunden kommunizierst, die Botschaften sollten verständlich und frei von Missverständnissen sein. Dies trägt dazu bei, Missverständnisse zu vermeiden und trägt zur Effizienz bei.

Unternehmensbotschaften sollten auf den Punkt gebracht und frei von überflüssigen Informationen sein. Da die Zeit der Empfänger oft begrenzt ist, solltest Du überflüssige Informationen vermeiden und Dich auf die wesentlichen Punkte konzentrieren. Dies hilft dabei, die Aufmerksamkeit Deines Publikums zu gewinnen und zu halten.

Unternehmenskommunikation sollte fesselnd sein und Dein Publikum dazu bringen, sich zu engagieren. Dazu gehört die Verwendung von Geschichten, Anekdoten oder starken Argumenten, die das Interesse Deiner Zielgruppe wecken und die Akzeptanz der Botschaft erhöhen.

Glaubwürdigkeit ist von zentraler Bedeutung, um das Vertrauen und das Engagement der Stakeholder zu gewinnen. Dein Unternehmen sollte genaue und überprüfbare Informationen bereitstellen und stets offen und transparent kommunizieren. Ein konsistentes, vertrauenswürdige Verhalten stärkt die Glaubwürdigkeit und baut langfristige Beziehungen auf.

Die Anwendung des 4C-Modells kann dazu beitragen, die Qualität der Unternehmenskommunikation erheblich zu verbessern, das Engagement der Stakeholder zu steigern und letztendlich zum Gesamterfolg deines Unternehmens beitragen.



BEISPIEL 4C mit KI

Eingabe: Thema Umwelt, Zielgruppe junge Leute

Clear

Umweltschutz ist eine unserer größten Verantwortungen. Durch bewussten Konsum und den unterstützenden Umgang mit der Natur, können wir einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung unseres Planeten leisten. Jeder Einzelne spielt dabei eine entscheidende Rolle.

Concise

Unser Angebot: Produkte, die nachhaltig und fair produziert wurden, und so helfen, Ihren ökologischen Fußabdruck deutlich zu reduzieren. Einfach, effizient und gut für Klima und die Umwelt.

Compelling

Mit jedem unserer Produkte treffen Sie nicht nur eine umweltbewusste Entscheidung, sondern unterstützen auch die nachhaltige Wirtschaft. Sie gestalten aktiv unsere Zukunft und tragen dazu bei, unseren Planeten für künftige Generationen zu schützen und zu erhalten.

Credible

Als verantwortungsbewusstes Unternehmen verwenden wir nur Materialien, die nachweislich umweltfreundlich sind und von vertrauenswürdigen Quellen stammen. Unser Ziel ist es, Nachhaltigkeit zu fördern und gleichzeitig hochwertige Produkte anzubieten. Werden Sie Teil unserer Bewegung und helfen Sie uns, Bewusstsein für Veränderungen zu schaffen.

Pro & Contra 4C Textmodell

Pro

- **Klare Kommunikation:** In einer Zeit, in der Informationen schnell zirkulieren und leicht missverstanden werden können, betont dieses Modell die Notwendigkeit, Botschaften so einfach und klar wie möglich zu halten.
- **Prägnanz:** Geschäftskommunikation sollte präzise und auf den Punkt gebracht sein.
- **Überzeugung:** Das 4C-Modell garantiert, dass Nachrichten überzeugend sind. Dies ist besonders wichtig in der Marketingkommunikation, wo das Ziel darin besteht, Kunden zu beeinflussen und zum Handeln zu motivieren.
- **Hebt Bedeutung von Glaubwürdigkeit hervor:** Botschaften, die als vertrauenswürdig erachtet werden, erhöhen die Chance, das gewünschte Ergebnis zu erzielen.

Contra

- **Abhängig von der Fähigkeit des Einzelnen:** Ein Hauptnachteil ist, dass es stark von der Fähigkeit des Einzelnen abhängt, Klarheit, Prägnanz, Überzeugungskraft und Glaubwürdigkeit effektiv anzuwenden. Ohne geeignete Schulung und Übung können Einzelpersonen Schwierigkeiten haben, diese Prinzipien in ihrer Kommunikation umzusetzen.
- **Subjektivität:** Das Modell weist ein gewisses Maß an Subjektivität bei der Bestimmung auf, was jeweils klar, prägnant, überzeugend und glaubwürdig ist. Dies kann zu Uneinigkeit und Verwirrung führen.
- **Zu allgemein:** Darüber hinaus berücksichtigt das Modell nicht die spezifischen Kontexte und Ziele, in denen Kommunikation stattfindet, und kann deshalb manchmal ein zu allgemeiner Ansatz sein.

Fazit

Nach Durchsicht des 4C-Modells lässt sich zusammenfassen, dass dieses Modell ein ungemein wichtiger Baustein für effektive Kommunikation, insbesondere in der Geschäfts- und Unternehmenswelt, ist. Durch die Berücksichtigung der vier Aspekte können Botschaften optimiert werden, um sicherzustellen, dass sie keinem Interpretationsspielraum ausgesetzt sind, dass sie den Punkt effektiv und effizient treffen und dass sie das Publikum faszinieren.

WARUM TEXTMODELLE MIT KI

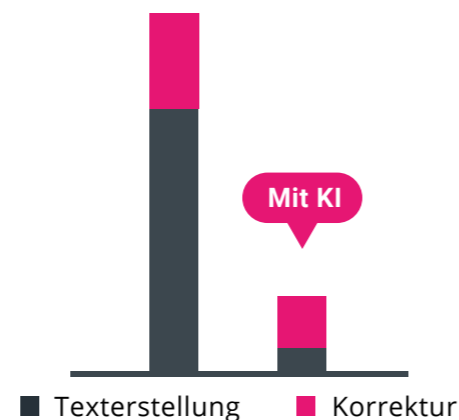
Generative KI, auch bekannt als generatives künstliche Intelligenz Modell, ist eine fortschrittliche Technologie, die künstliche Intelligenz nutzt, um die Erstellung von Texten im Text-Framework-Format zu erleichtern. Dieses Modell ist dank seiner Fähigkeit, die menschliche Sprache modellieren zu können, zu einer unschätzbaren Ressource in der digitalen Welt geworden. Es kann einen einheitlichen Tone, Stil, und Kontext beibehalten, während es eine breite Palette von Themen abdeckt, ohne menschliche Intervention zu benötigen.

Bei der Texterstellung liest und versteht die KI den Kontext und die Struktur des Originaltexts, wählt die geeigneten Phrasen und Wörter aus und komponiert dann einen neuen, kohärenten und semantisch sinnvollen Text. Die KI kann übermäßige Wiederholungen und redundante Informationen vermeiden, was zu einem klaren und prägnanten Ergebnis führt. Es erhöht nicht nur die Effizienz, sondern verbessert auch die Textqualität.

Insgesamt bietet die generative KI eine Lösung für viele der herkömmlichen Herausforderungen bei der Texterzeugung. Mit ihrer Fähigkeit, sich an unterschiedliche Kontexte anzupassen und hochwertige Texte zu generieren, hat die generative KI den Prozess der Texterstellung revolutioniert, indem sie die Effizienz gesteigert und die Qualität verbessert hat. Es ist deutlich, dass die generative KI in der Lage ist, eine wesentliche Rolle bei der Gestaltung der zukünftigen Landschaft der Texterstellung zu spielen.



80% Zeitersparnis bei der Texterstellung mit KI



FAZIT

In der modernen Kommunikationswelt sind Textmodelle oder Frameworks ein wesentlicher Bestandteil. Sie erleichtern die Gestaltung und Strukturierung von Nachrichten, indem sie eine kohärent und klar definierte Botschaft übermitteln. Sie unterstützen nicht nur beim effektiven Schreiben, sondern helfen auch dabei, die Kernbotschaft eines Textes besser zu erfassen und zu verstehen.

Es gibt eine Vielzahl von Textmodellen, von denen jedes seine eigenen Vorteile und Anwendungsbereiche hat. Ein tieferes Verständnis dieser Modelle ermöglicht es Ihnen, das passende für Ihre spezifischen kommunikativen Bedürfnisse auszuwählen. Ob es sich dabei um HERO, PAS, 4C, ADIA oder 4P handelt, wichtig ist, dass die Wahl des richtigen Modells den Unterschied ausmacht.

In unserem digitalen Zeitalter bietet die moderne Kommunikation mit Text-Frameworks viele Vorteile. Sie erleichtern nicht nur die Organisation und Präsentation von Informationen, sondern gewährleisten auch Konsistenz und Einheitlichkeit in der Kommunikation. Dies kann dazu beitragen, Missverständnisse zu vermeiden und ein klareres Verständnis der Nachricht zu gewährleisten.

Ein weiterer wesentlicher Aspekt bei der Nutzung von Textmodellen ist deren Anpassungsfähigkeit. Aufgrund ihrer Flexibilität können sie in einer Vielzahl von Kontexten angewendet und auf spezifische Kommunikationsanforderungen zugeschnitten werden. Egal ob in der internen Firmenkommunikation, im Marketing, in der Politik oder im Journalismus, Textmodelle können entscheidend dazu beitragen, die Effektivität der Kommunikation zu steigern.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Textmodelle in der modernen Kommunikation unerlässlich sind. Sie bieten eine strukturierte und kohärente Methode zur Informationsübermittlung, was zu einer effektiveren und effizienteren Kommunikation führt. Ihr Verständnis und ihre Anwendung können sowohl den Schreibprozess als auch das Verständnis und die Rezeption von Texten erheblich verbessern. Daher ist es wichtig, sich mit den verschiedenen vorhandenen Textmodellen vertraut zu machen und ihr Potential voll auszuschöpfen. AI Fellows bietet Ihnen die notwendigen Informationen und Tools, um die Vorteile von Textmodellen in Ihrer eigenen Kommunikation zu nutzen. Erfassen Sie die Kunst der effektiven Kommunikation durch Textmodelle und bereichern Sie Ihre Kommunikationsfähigkeiten.

TEXTMODELLE AUF AI FELLOWS

Alle oben genannten Textmodelle kannst Du auf AI Fellows zur Contenterstellung mit Hilfe von künstlicher Intelligenz nutzen. Mit nur wenigen Angaben, wie in unseren Beispielen, erstellt Dir die KI in Sekunden hochwertige Texte, die sich kaum noch von menschlichen Texten unterscheidet.



Schnell und einfach

Du benötigst keine speziellen Kenntnisse aus dem KI-Bereich.



Überall nutzen

Smartphone oder Notebook - Du kannst AI Fellows überall nutzen.



80% Zeit einsparen

Spare bis zu 80% Zeit bei der Contenterstellung mit KI.



FREE Tarif

Lass Dir 2.000 Wörter/Monat kostenlos generieren.

WARUM AI FELLOWS?

- ✓ Bis zu **80% Zeitersparnis** bei der Contenterstellung
- ✓ **120+ Texttypen** für Contenterstellung in Sekunden mit nur wenigen Angaben.
- ✓ **20+ ChatFlows** like ChatGPT für dialogbasierte Erstellung von Content
- ✓ **DSGV-konform.** Von uns werden keine Daten weitergegeben.
- ✓ **Deine Daten** werden **nicht für das KI-Training** verwendet.
- ✓ **Bildgenerierung** mit vielen Einstellungen wie Stil, Künstler, Untergrund, Größe etc.
- ✓ **Neuste KI-Technologie** von OpenAI, Google Cloud, Azure und Stable Difusion
- ✓ **50+ Sprachen** für die generierung von KI-Texten
- ✓ **540+ Sprachen und Dialekte** für Text-To-Speech und Audio-To-Text
- ✓ Sicherheit der persönlichen Daten durch **2-Faktor-Authentifizierung**
- ✓ **Arbeiten im Team.** Lege Teammitglieder in Deinem Profil an.
- ✓ **Einfache Bearbeitung** sowie Export Deiner generierten Texte, Audios und Bilder

Einfach Top!

Noch nie war Content erstellen so schnell und einfach. Wir arbeiten täglich mit AI Fellows und generieren Texte für unseren Shop und für Social Media.

P. Pelican - HTS AG - Schweiz



Personal Demo

Du möchtest AI Fellows in Aktion sehen? Dann vereinbare noch heute einen Termin für eine persönliche Online-Demo unter:

www.aifellows.eu



Werde HELD*IN

Werde auch Du Contentheld*in mit der
KI-Plattform von AI Fellows



KONTAKT

+49 - 931 301 97 79-0
+49 - 931 301 97 79-1



info@aifellows.eu
www.aifellows.eu



Petrinistraße 14-16
97080 Würzburg

