Secuenza

Die KI-Prompts von Secuenza

Was Secuenza Ihre KI fragt, wenn Sie auf Mit KI schreiben klicken, genau so, wie es kopiert wird. Sie können die Prompts auch von Hand verwenden: Ersetzen Sie, was in eckigen Klammern steht.

Sie beantworten einmal die Fragen zu Ihrem Unternehmen, und Secuenza füllt damit jeden Prompt aus, zusammen mit der Position der E-Mail in der Sequenz und, wenn Sie eine E-Mail ändern lassen, dieser E-Mail. Sie kopieren den Prompt, fügen ihn in ChatGPT, Claude, Gemini oder Copilot ein und fügen die Antwort in Secuenza ein, das sie in Betreff, Vorschautext und Text trennt. Die Anleitung Mit KI schreiben erklärt es Schritt für Schritt.

Alle verlangen die Antwort im selben Format und mit denselben Regeln: reiner Text, keine schreienden Großbuchstaben oder Wörter, die Filter auslösen, eine einzige Handlungsaufforderung, 120 bis 250 Wörter und keine erfundenen Angaben. Die damit geschriebenen Beispiel-E-Mails erhalten in der Spam-Prüfung unter 2 Punkte.

Version des Katalogs: 2026-10.

Diese E-Mail schreiben

Um eine E-Mail der Sequenz passend zu ihrer Position zu schreiben: Die erste stellt Sie vor, die mittleren bringen etwas Neues, und die letzte verabschiedet sich, ohne zu drängen.

```
Du schreibst B2B-Vertriebs-E-Mails. Du schreibst wie ein Mensch an einen
anderen, nicht wie Werbung, und deine E-Mails landen im Posteingang.

Über den Absender:
- Firma: [Der Name Ihres Unternehmens]
- Was sie anbietet: [Was Sie verkaufen oder welche Leistung Sie anbieten]
- Für wen: [An wen es sich richtet]
- Tonfall: [Der Ton: persönlich, förmlich …]
- Ziel: [Was Sie erreichen wollen]
- Handlungsaufforderung: [Was der Leser tun soll]

Aufgabe:
Schreibe E-Mail 2 einer Sequenz von 4. Es ist eine Nachfass-E-Mail: Wiederhole
nicht die vorige, bring etwas Neues (ein Beispiel, eine Zahl, eine Idee).

Regeln:
- Schreibe auf Deutsch.
- Reiner Text: kein HTML, kein Fett, keine Sternchen, keine Emojis.
- Zwischen 120 und 250 Wörtern im Text.
- Keine schreienden Großbuchstaben, keine mehrfachen Ausrufezeichen, keine
typischen Spam-Wörter (kostenlos, dringend, begrenztes Angebot, hier klicken,
garantiert …).
- Eine einzige, klare und einfache Handlungsaufforderung (zum Beispiel auf die
E-Mail antworten).
- Beginne mit einer Anrede mit {{Vorname|Alternative}} und ändere nichts in
doppelten geschweiften Klammern wie {{Firma}}: Das wird beim Versand
ausgefüllt.
- Erfinde keine Fakten, Kunden oder Zahlen: Fehlt etwas, lass es in eckigen
Klammern, z. B. [Kundenname].

Antworte genau in diesem Format und mit nichts anderem:
BETREFF: …
PREHEADER: …
TEXT:
…
```

Die ganze Sequenz schreiben

Um 3 bis 5 E-Mails auf einmal zu schreiben, mit den Wartetagen dazwischen.

```
Du schreibst B2B-Vertriebs-E-Mails. Du schreibst wie ein Mensch an einen anderen, nicht wie Werbung, und deine E-Mails landen im Posteingang.

Über den Absender:
- Firma: [Der Name Ihres Unternehmens]
- Was sie anbietet: [Was Sie verkaufen oder welche Leistung Sie anbieten]
- Für wen: [An wen es sich richtet]
- Tonfall: [Der Ton: persönlich, förmlich …]
- Ziel: [Was Sie erreichen wollen]
- Handlungsaufforderung: [Was der Leser tun soll]

Aufgabe:
Schreibe eine vollständige Sequenz von 4 E-Mails für Kontakte, die noch nicht geantwortet haben, mit den Wartetagen dazwischen. Jede E-Mail bringt etwas anderes, die letzte verabschiedet sich ohne Druck.

Regeln:
- Schreibe auf Deutsch.
- Reiner Text: kein HTML, kein Fett, keine Sternchen, keine Emojis.
- Zwischen 120 und 250 Wörtern im Text.
- Keine schreienden Großbuchstaben, keine mehrfachen Ausrufezeichen, keine typischen Spam-Wörter (kostenlos, dringend, begrenztes Angebot, hier klicken, garantiert …).
- Eine einzige, klare und einfache Handlungsaufforderung (zum Beispiel auf die E-Mail antworten).
- Beginne mit einer Anrede mit {{Vorname|Alternative}} und ändere nichts in doppelten geschweiften Klammern wie {{Firma}}: Das wird beim Versand ausgefüllt.
- Erfinde keine Fakten, Kunden oder Zahlen: Fehlt etwas, lass es in eckigen Klammern, z. B. [Kundenname].

Antworte genau in diesem Format und mit nichts anderem:
E-MAIL 1
TAGE: Wartetage bis zur nächsten (0 bei der letzten)
BETREFF: …
PREHEADER: …
TEXT:
…

E-MAIL 2
…
```

Zehn Betreffzeilen mit Vorschautext

Um andere Betreffzeilen auszuprobieren: zehn, jede mit ihrem Vorschautext.

```
Du schreibst B2B-Vertriebs-E-Mails. Du schreibst wie ein Mensch an einen
anderen, nicht wie Werbung, und deine E-Mails landen im Posteingang.

Über den Absender:
- Firma: [Der Name Ihres Unternehmens]
- Was sie anbietet: [Was Sie verkaufen oder welche Leistung Sie anbieten]
- Für wen: [An wen es sich richtet]
- Tonfall: [Der Ton: persönlich, förmlich …]
- Ziel: [Was Sie erreichen wollen]
- Handlungsaufforderung: [Was der Leser tun soll]

Aufgabe:
Schlag zehn verschiedene Betreffzeilen vor, jede mit Vorschautext (der Zeile
neben dem Betreff), für die E-Mail unten. Sie sollen menschlich klingen, 30
bis 60 Zeichen.

Die E-Mail:
BETREFF: [Der Betreff der E-Mail]
TEXT:
[Der Text der E-Mail]

Regeln:
- Schreibe auf Deutsch.
- Reiner Text: kein HTML, kein Fett, keine Sternchen, keine Emojis.
- Keine schreienden Großbuchstaben, keine mehrfachen Ausrufezeichen, keine
typischen Spam-Wörter (kostenlos, dringend, begrenztes Angebot, hier klicken,
garantiert …).
- Beginne mit einer Anrede mit {{Vorname|Alternative}} und ändere nichts in
doppelten geschweiften Klammern wie {{Firma}}: Das wird beim Versand
ausgefüllt.
- Erfinde keine Fakten, Kunden oder Zahlen: Fehlt etwas, lass es in eckigen
Klammern, z. B. [Kundenname].

Antworte genau in diesem Format und mit nichts anderem:
1. BETREFF: … | PREHEADER: …
2. BETREFF: … | PREHEADER: …
…
```

So umschreiben, dass sie nicht wie Spam wirkt

Um eine E-Mail umzuschreiben, die die Spam-Prüfung markiert hat: Der Prompt enthält, was sie gefunden hat.

```
Du schreibst B2B-Vertriebs-E-Mails. Du schreibst wie ein Mensch an einen
anderen, nicht wie Werbung, und deine E-Mails landen im Posteingang.

Über den Absender:
- Firma: [Der Name Ihres Unternehmens]
- Was sie anbietet: [Was Sie verkaufen oder welche Leistung Sie anbieten]
- Für wen: [An wen es sich richtet]
- Tonfall: [Der Ton: persönlich, förmlich …]
- Ziel: [Was Sie erreichen wollen]
- Handlungsaufforderung: [Was der Leser tun soll]

Aufgabe:
Schreibe die E-Mail unten so um, dass sie nicht wie Spam wirkt, ohne das
Angebot zu ändern. Korrigiere vor allem, was die Analyse gefunden hat.

Was die Spam-Analyse gefunden hat:
- [Was die Spam-Prüfung gefunden hat]

Die E-Mail:
BETREFF: [Der Betreff der E-Mail]
TEXT:
[Der Text der E-Mail]

Regeln:
- Schreibe auf Deutsch.
- Reiner Text: kein HTML, kein Fett, keine Sternchen, keine Emojis.
- Zwischen 120 und 250 Wörtern im Text.
- Keine schreienden Großbuchstaben, keine mehrfachen Ausrufezeichen, keine
typischen Spam-Wörter (kostenlos, dringend, begrenztes Angebot, hier klicken,
garantiert …).
- Eine einzige, klare und einfache Handlungsaufforderung (zum Beispiel auf die
E-Mail antworten).
- Beginne mit einer Anrede mit {{Vorname|Alternative}} und ändere nichts in
doppelten geschweiften Klammern wie {{Firma}}: Das wird beim Versand
ausgefüllt.
- Erfinde keine Fakten, Kunden oder Zahlen: Fehlt etwas, lass es in eckigen
Klammern, z. B. [Kundenname].

Antworte genau in diesem Format und mit nichts anderem:
BETREFF: …
PREHEADER: …
TEXT:
…
```

In eine andere Sprache übersetzen

Für die Sprachversion einer E-Mail, ohne ihre benutzerdefinierten Felder anzutasten.

```
Du schreibst B2B-Vertriebs-E-Mails. Du schreibst wie ein Mensch an einen
anderen, nicht wie Werbung, und deine E-Mails landen im Posteingang.

Über den Absender:
- Firma: [Der Name Ihres Unternehmens]
- Was sie anbietet: [Was Sie verkaufen oder welche Leistung Sie anbieten]
- Für wen: [An wen es sich richtet]
- Tonfall: [Der Ton: persönlich, förmlich …]
- Ziel: [Was Sie erreichen wollen]
- Handlungsaufforderung: [Was der Leser tun soll]

Aufgabe:
Übersetze die E-Mail unten auf Englisch. Passe Anrede, Grußformel und
Wendungen an die Gepflogenheiten dieser Sprache an: Sie soll wie darin
geschrieben wirken, nicht übersetzt.

Die E-Mail:
BETREFF: [Der Betreff der E-Mail]
TEXT:
[Der Text der E-Mail]

Regeln:
- Schreibe auf Englisch.
- Reiner Text: kein HTML, kein Fett, keine Sternchen, keine Emojis.
- Zwischen 120 und 250 Wörtern im Text.
- Keine schreienden Großbuchstaben, keine mehrfachen Ausrufezeichen, keine
typischen Spam-Wörter (kostenlos, dringend, begrenztes Angebot, hier klicken,
garantiert …).
- Eine einzige, klare und einfache Handlungsaufforderung (zum Beispiel auf die
E-Mail antworten).
- Beginne mit einer Anrede mit {{Vorname|Alternative}} und ändere nichts in
doppelten geschweiften Klammern wie {{Firma}}: Das wird beim Versand
ausgefüllt.
- Erfinde keine Fakten, Kunden oder Zahlen: Fehlt etwas, lass es in eckigen
Klammern, z. B. [Kundenname].

Antworte genau in diesem Format und mit nichts anderem:
BETREFF: …
PREHEADER: …
TEXT:
…
```

Kürzer machen

Um eine E-Mail auf das Wesentliche zu kürzen: 60 bis 120 Wörter.

```
Du schreibst B2B-Vertriebs-E-Mails. Du schreibst wie ein Mensch an einen
anderen, nicht wie Werbung, und deine E-Mails landen im Posteingang.

Über den Absender:
- Firma: [Der Name Ihres Unternehmens]
- Was sie anbietet: [Was Sie verkaufen oder welche Leistung Sie anbieten]
- Für wen: [An wen es sich richtet]
- Tonfall: [Der Ton: persönlich, förmlich …]
- Ziel: [Was Sie erreichen wollen]
- Handlungsaufforderung: [Was der Leser tun soll]

Aufgabe:
Schreibe die E-Mail unten kürzer, nur das Wesentliche, ohne das Angebot zu
ändern.

Die E-Mail:
BETREFF: [Der Betreff der E-Mail]
TEXT:
[Der Text der E-Mail]

Regeln:
- Schreibe auf Deutsch.
- Reiner Text: kein HTML, kein Fett, keine Sternchen, keine Emojis.
- Zwischen 60 und 120 Wörtern im Text.
- Keine schreienden Großbuchstaben, keine mehrfachen Ausrufezeichen, keine
typischen Spam-Wörter (kostenlos, dringend, begrenztes Angebot, hier klicken,
garantiert …).
- Eine einzige, klare und einfache Handlungsaufforderung (zum Beispiel auf die
E-Mail antworten).
- Beginne mit einer Anrede mit {{Vorname|Alternative}} und ändere nichts in
doppelten geschweiften Klammern wie {{Firma}}: Das wird beim Versand
ausgefüllt.
- Erfinde keine Fakten, Kunden oder Zahlen: Fehlt etwas, lass es in eckigen
Klammern, z. B. [Kundenname].

Antworte genau in diesem Format und mit nichts anderem:
BETREFF: …
PREHEADER: …
TEXT:
…
```

Persönlicher machen

Damit sie persönlicher und natürlicher klingt, ohne das Angebot zu ändern.

```
Du schreibst B2B-Vertriebs-E-Mails. Du schreibst wie ein Mensch an einen
anderen, nicht wie Werbung, und deine E-Mails landen im Posteingang.

Über den Absender:
- Firma: [Der Name Ihres Unternehmens]
- Was sie anbietet: [Was Sie verkaufen oder welche Leistung Sie anbieten]
- Für wen: [An wen es sich richtet]
- Tonfall: [Der Ton: persönlich, förmlich …]
- Ziel: [Was Sie erreichen wollen]
- Handlungsaufforderung: [Was der Leser tun soll]

Aufgabe:
Schreibe die E-Mail unten in einem persönlicheren, natürlicheren Ton, ohne das
Angebot zu ändern.

Die E-Mail:
BETREFF: [Der Betreff der E-Mail]
TEXT:
[Der Text der E-Mail]

Regeln:
- Schreibe auf Deutsch.
- Reiner Text: kein HTML, kein Fett, keine Sternchen, keine Emojis.
- Zwischen 120 und 250 Wörtern im Text.
- Keine schreienden Großbuchstaben, keine mehrfachen Ausrufezeichen, keine
typischen Spam-Wörter (kostenlos, dringend, begrenztes Angebot, hier klicken,
garantiert …).
- Eine einzige, klare und einfache Handlungsaufforderung (zum Beispiel auf die
E-Mail antworten).
- Beginne mit einer Anrede mit {{Vorname|Alternative}} und ändere nichts in
doppelten geschweiften Klammern wie {{Firma}}: Das wird beim Versand
ausgefüllt.
- Erfinde keine Fakten, Kunden oder Zahlen: Fehlt etwas, lass es in eckigen
Klammern, z. B. [Kundenname].

Antworte genau in diesem Format und mit nichts anderem:
BETREFF: …
PREHEADER: …
TEXT:
…
```

Förmlicher machen

Damit sie förmlicher und professioneller klingt, ohne das Angebot zu ändern.

```
Du schreibst B2B-Vertriebs-E-Mails. Du schreibst wie ein Mensch an einen
anderen, nicht wie Werbung, und deine E-Mails landen im Posteingang.

Über den Absender:
- Firma: [Der Name Ihres Unternehmens]
- Was sie anbietet: [Was Sie verkaufen oder welche Leistung Sie anbieten]
- Für wen: [An wen es sich richtet]
- Tonfall: [Der Ton: persönlich, förmlich …]
- Ziel: [Was Sie erreichen wollen]
- Handlungsaufforderung: [Was der Leser tun soll]

Aufgabe:
Schreibe die E-Mail unten in einem förmlicheren, professionelleren Ton, ohne
das Angebot zu ändern.

Die E-Mail:
BETREFF: [Der Betreff der E-Mail]
TEXT:
[Der Text der E-Mail]

Regeln:
- Schreibe auf Deutsch.
- Reiner Text: kein HTML, kein Fett, keine Sternchen, keine Emojis.
- Zwischen 120 und 250 Wörtern im Text.
- Keine schreienden Großbuchstaben, keine mehrfachen Ausrufezeichen, keine
typischen Spam-Wörter (kostenlos, dringend, begrenztes Angebot, hier klicken,
garantiert …).
- Eine einzige, klare und einfache Handlungsaufforderung (zum Beispiel auf die
E-Mail antworten).
- Beginne mit einer Anrede mit {{Vorname|Alternative}} und ändere nichts in
doppelten geschweiften Klammern wie {{Firma}}: Das wird beim Versand
ausgefüllt.
- Erfinde keine Fakten, Kunden oder Zahlen: Fehlt etwas, lass es in eckigen
Klammern, z. B. [Kundenname].

Antworte genau in diesem Format und mit nichts anderem:
BETREFF: …
PREHEADER: …
TEXT:
…
```