

Rockkis Cheat Codes · Der Wochenplan

Marketing in zwei Stunden pro Woche

Plan statt Zuruf.
Routine statt Zufall. Zahlen statt Bauchgefühl.

Das System für alle, die Marketing nebenbei machen: ein Plan auf einer Seite, drei feste Termine pro Woche und ein Bericht, der zeigt, was es bringt. Mit Vorlagen zum Ausdrucken.

1

Montag, 30 Minuten
Planen: Was steht diese Woche an?

2

Mittwoch, 60 Minuten
Produzieren: mit Codes und Bild-Codes.

3

Freitag, 30 Minuten
Messen: eine Kennzahl, eine Erkenntnis.

Version 1.0 · 2026 · Leseprobe

Einführung

Vorwort

Aus „Kannst du mal eben“ wird ein Plan.

Wer Marketing nebenbei macht, kennt den Ablauf: Die Woche beginnt mit einem Plan und endet mit fünf Zurufen, die alle „nur kurz“ waren. Am Freitag ist viel passiert, aber nichts davon war geplant. Und niemand sieht, was es gebracht hat.

Mit den ersten drei Heften dieser Reihe haben Sie Werkzeuge bekommen: Bild-Codes, Text-Codes und Algorithmen für Zahlen. Dieses Heft gibt Ihnen das System dazu. Ein Plan auf einer Seite, drei feste Termine pro Woche, ein Filter für Zurufe, eine Checkliste vor dem Veröffentlichen und ein Bericht, der Ihre Arbeit sichtbar macht.

Zwei Stunden pro Woche sind dabei kein Versprechen, sondern ein Rahmen. Wer feste Zeit hat, arbeitet konzentrierter. Wer einen Plan hat, kann begründet entscheiden, was warten muss.



Rockki hat einen Plan

Rockki arbeitet bei der Sonnhausen Haustechnik GmbH, 45 Mitarbeitende, Region Hannover. Eine Marketingabteilung gibt es dort nicht. Es gibt Rockki. Er macht inzwischen Bilder, Texte und Zahlen auf Profi-Niveau. Was ihm noch fehlt: Zeit.

In diesem Heft dreht er den Spieß um. Am Ende sagt nicht mehr der Chef, was als Nächstes kommt. Rockki legt ihm am Montag den Plan auf den Tisch.

Die Firma ist erfunden. Den Montag kennen Sie wahrscheinlich trotzdem.

Das erwartet Sie

1
Seite
Marketingplan für 90 Tage

3
Termine
pro Woche, zusammen 2 Stunden

5
Zeilen
Monatsbericht für den Chef

Für wen dieses Heft ist

- Für alle, die **Marketing nebenbei** machen und trotzdem verlässlich Ergebnisse liefern wollen.
- Für **Assistenzen, Vertrieb und Büro**, die Marketing übernommen haben und eine Struktur brauchen.
- Für **Geschäftsführer**, die sehen wollen, was ihr Marketing Woche für Woche bringt.

Übersicht

Inhalt

Zwei Kapitel zum Reinlesen und ein Ausblick auf das ganze Heft.

01 **So funktioniert es** — 4
Ein Plan, drei Termine, ein Bericht.

02 **Der Marketingplan auf einer Seite** — 5
Ein Ziel, eine Zielgruppe, drei Botschaften, zwei Kanäle.

Ende der Leseprobe — 7
Was im kompletten Heft wartet

Kapitel 01

So funktioniert es

Ein Plan, drei Termine, ein Bericht.

Das System hat drei Ebenen: Der Plan legt fest, wohin es geht. Die Woche sorgt dafür, dass es passiert. Der Bericht zeigt, dass es wirkt.

Rockki im Büro

Freitag, 17:30 Uhr. Rockki hat diese Woche sechs Dinge gemacht: ein Foto für die Website, zwei Posts, eine Anzeige korrigiert, Flyer bestellt, eine Bewertung beantwortet. Der Chef fragt: „Und, was hat das Marketing diese Woche gebracht?“ Rockki weiß es nicht. Er weiß nur, dass er müde ist.



Rockkis Geheimtipp

Rockki startet nicht mit allem gleichzeitig. Erst der Plan, dann zwei Wochen nur der Montagstermin. Wer eine Gewohnheit nach der anderen einführt, hält durch.

Die Woche auf einen Blick

Wann	Was	Ergebnis
Montag · 30 Min	Planen: Thema der Woche aus dem 90-Tage-Plan, Zurufe sortieren	Ein Satz: Das erscheint diese Woche.
Mittwoch · 60 Min	Produzieren: Text mit Codes, Bild mit Bild-Codes, Freigabe-Check	Fertige Beiträge, eingeplant.
Freitag · 30 Min	Messen: eine Kennzahl eintragen, eine Erkenntnis notieren	Eine Zeile für den Monatsbericht.

Die Werkzeuge aus der Reihe

01	**Bilder**	„Büro- und Werkstattzauber“: 20 Bild-Codes für Porträts, Produkte, Räume und Social Media.
02	**Texte**	„Marketing ohne Marketingabteilung“: 20 Codes wie **/HOOK**, **/CRITIC** und **/CTA**.
03	**Zahlen**	„Zahlen, die der Chef versteht“: 20 Algorithmen für Kunden, Leads und Budget.
04	**System**	Dieses Heft: wann Sie was davon einsetzen.

Als Nächstes Der Marketingplan auf einer Seite.

Kapitel 02

Der Marketingplan auf einer Seite

Ein Ziel, eine Zielgruppe, drei Botschaften, zwei Kanäle.

Wer kein Ziel hat, arbeitet jede Anfrage ab. Wer eins hat, kann begründet Nein sagen.



Rockki im Büro

Montag, 8:12 Uhr. Rockki hat drei Ordner auf dem Tisch: Flyer, Ideen, „Kannst du mal eben“. Der Chef fragt, was eigentlich das Ziel fürs Quartal ist. Rockki überlegt. Dann holt er ein leeres Blatt.



Rockkis Geheimtipp

Rockki hängt den Plan neben den Bildschirm. Jede neue Aufgabe hält er kurz daneben: Passt sie zum Ziel? Das dauert zehn Sekunden und spart Stunden.

Die fünf Felder

01	**Ziel**	Eine Kennzahl, die sich in 90 Tagen verändern soll. Nicht „mehr Sichtbarkeit“, sondern „30 neue Wartungsverträge“.
02	**Zielgruppe**	Eine Gruppe, in einem Satz beschrieben. Wer alle anspricht, erreicht niemanden.
03	**Drei Botschaften**	Was diese Gruppe über Sie wissen soll. Alles, was Sie veröffentlichen, zahlt auf eine davon ein.
04	**Zwei Kanäle**	Mit festem Rhythmus. Zwei Kanäle gut statt fünf nebenbei.
05	**Eine Freitagszahl**	Die eine Kennzahl, die Sie jede Woche eintragen.

Der Prompt zum Kopieren

Erstelle mit mir einen Marketingplan auf einer Seite für die nächsten 90 Tage. Stelle mir dazu nacheinander diese Fragen und warte jeweils auf meine Antwort:
1. Was bieten wir an, und was soll in 90 Tagen anders sein? (ein messbares Ziel)
2. Wer ist die wichtigste Zielgruppe für dieses Ziel?
3. Welche Fragen und Einwände hat diese Zielgruppe?
4. Welche Kanäle nutzen wir heute, und wie viel Zeit habe ich pro Woche?
Fasse danach alles auf einer Seite zusammen: Ziel mit Kennzahl, Zielgruppe in einem Satz, drei Kernbotschaften, zwei Kanäle mit Rhythmus, eine Kennzahl, die ich jeden Freitag prüfe. Höchstens 150 Wörter.

Beispiel

Rockkis Plan · Oktober bis Januar

Ziel	30 neue Wartungsverträge bis Ende Januar. Bisher: 8 pro Quartal.
Zielgruppe	Eigentümerinnen und Eigentümer, die seit 2019 eine Wärmepumpe von uns haben, Region Hannover.
Botschaften	1. Ein Termin im Jahr, und Sie müssen sich um nichts kümmern. 2. Bei einer Störung sind Wartungskunden zuerst dran. 3. Unsere Monteure kennen Ihre Anlage seit dem Einbau.
Kanäle	Newsletter alle zwei Wochen. Instagram zweimal pro Woche.
Freitagszahl	Anfragen für Wartungsverträge pro Woche.

Ihr Plan · zum Ausfüllen

Ziel bis

Zielgruppe

Drei Botschaften

Zwei Kanäle mit Rhythmus

Freitagszahl

Als Nächstes Der 90-Tage-Plan.

Ende der Leseprobe

Das waren 2 von 9 Kapiteln

Ihr Plan steht. Jetzt kommt die Woche.

Mit dem Plan auf einer Seite haben Sie das Fundament. Im vollständigen Heft machen Sie daraus eine Routine, die hält, und einen Bericht, den Ihr Chef liest.

Was Sie im kompletten Heft erwarten

01	**Der 90-Tage-Plan**	Themen für drei Monate aus Kundenfragen, Projekten und dem Wissen Ihres Teams.
02	**Die Wochenroutine**	Montag planen, Mittwoch produzieren, Freitag messen. Mit Vorlage zum Ausdrucken.
03	**Der „Kannst du mal eben“-Filter**	Drei Fragen und vier Sätze, die Ihren Plan schützen.
04	**Monatsbericht und Selbstcheck**	Fünf Zeilen für den Chef und zehn Fragen: Wo stehe ich?

Rockki im Büro

Rockki hat übrigens gerade den nächsten Zettel bekommen: „Kannst du mal eben ...?“ Diesmal hat er eine Antwort. Sie steht in Kapitel 5.

LET’S ROCK KI

letsrockki.de

martina.kuhlmann@letsrockki.de