

Deine ersten 14 Tage mit MeinCEO

Von der Registrierung zur ersten Seite, die arbeitet — in überschaubaren Schritten.

Die häufigste Art, dieses Werkzeug ungenutzt zu lassen, ist der Versuch, alles auf einmal zu verstehen. Diese Liste gibt dir eine Reihenfolge. Hak ab, was erledigt ist. Wenn du an einem Tag nicht weiterkommst, ist der nächste Tag auch noch da — nur überspring nichts.

Hinweis: Stand 2026. Die genannten Preise beziehen sich auf die zum Redaktionsschluss gültigen Tarife. Prüf sie vor einer Kaufentscheidung im Produkt.

Woche 1 — Fundament

Tag 1: Ankommen

- ☐ Konto angelegt
- ☐ **Deinen Satz geschrieben** — wen du bedienst und was du lieferst, in normalen Worten
- ☐ Ziel gewählt (Webseite / mehr Kunden / Webinar / digitales Produkt / sichtbar sein)
- ☐ Schnellstart ausgeführt, erste Seite angesehen
- ☐ Dashboard geöffnet, die vier Kacheln angeschaut

Erfolgskriterium Tag 1: Es existiert eine Seite mit deinen Inhalten. Sie ist nicht perfekt. Das ist richtig so.

Tag 2–3: Der Chat

- ☐ Ersten Auftrag gegeben: „Lies meine Startseite und nenn mir drei Stellen, an denen ein Erstbesucher aussteigt“
- ☐ Auf die Antwort geantwortet, statt neu zu fragen
- ☐ Deinem CEO drei Dinge über dein Geschäft erzählt, die er sich merken soll
- ☐ Einmal diktiert statt getippt und die Länge verglichen

Tag 4–5: Die Seite schärfen

- ☐ Überschriften-Probe gemacht: Nur die Überschriften gelesen — versteht man die Seite?
- ☐ Genau einen klaren nächsten Schritt auf der Seite (nicht drei Knöpfe)
- ☐ Preis sichtbar, ohne Suchen
- ☐ Seite auf dem Telefon angesehen

Tag 6–7: Der erste Mitarbeiter

- ☐ Texter eingestellt
- ☐ Assessment abgewartet und Urteil gelesen

- ☐ Eine Aufgabe gegeben, die du sonst selbst gemacht hättest
 - ☐ **Ehrliches Feedback gegeben** — konkret, nicht „gefällt mir nicht“
-

Woche 2 — Bewegung

Tag 8–9: Kontakte

- ☐ Die fünf Menschen eingetragen, mit denen du zuletzt gesprochen hast
- ☐ Je Kontakt: Herkunft, Status, ein Satz zum letzten Kontakt
- ☐ Entschieden, ob du bestehende Kontakte importierst — und geprüft, ob eine Einwilligung für Werbemails vorliegt

Tag 10–11: Erreichbar werden

- ☐ Eine Terminart eingerichtet (Erstgespräch, mit Puffer)
- ☐ Buchungslink in die Mailsignatur gesetzt
- ☐ Buchungslink auf die Startseite gesetzt

Tag 12–13: Erster Inhalt

- ☐ Die drei letzten Kundenfragen aufgeschrieben
- ☐ Aus der ersten einen Beitrag gemacht — mit einer Beobachtung aus deiner Praxis darin
- ☐ Genau einen Social-Kanal verbunden (nicht sieben)
- ☐ Vier Beiträge für zwei Wochen geplant

Tag 14: Prüfen

- ☐ Guthabenstand notiert und mit Tag 1 verglichen
 - ☐ Entschieden, ob dein Tarif passt
 - ☐ **Impressum und Datenschutzerklärung geprüft**, falls die Seite öffentlich ist
-

Was du nach 14 Tagen haben solltest

Ergebnis	vorhanden?
Eine Seite, die den Zweck in einem Blick klarmacht	☐
Ein Buchungslink, den du überall verteilst	☐
Mindestens fünf gepflegte Kontakte	☐
Ein Mitarbeiter, der schon Feedback bekommen hat	☐
Vier geplante Beiträge auf einem Kanal	☐
Rechtstexte geprüft	☐

Wenn sechs Haken stehen, hast du mehr erreicht als die meisten im ersten Monat.

Die drei Fehler, die den Start kosten

1. **Alle Module gleichzeitig ansehen.** Lass die Beginner-Ansicht an, bis die erste Seite steht.
2. **Zu kleine Aufträge.** „Schreib mir einen Text“ liefert irgendeinen Text. Nenn Ziel, Adressat und Zweck.
3. **Nach dem ersten mittelmäßigen Ergebnis aufhören.** Das war ein Mitarbeiter am ersten Arbeitstag ohne Rückmeldung. Gib drei Aufgaben mit Feedback, bevor du urteilst.