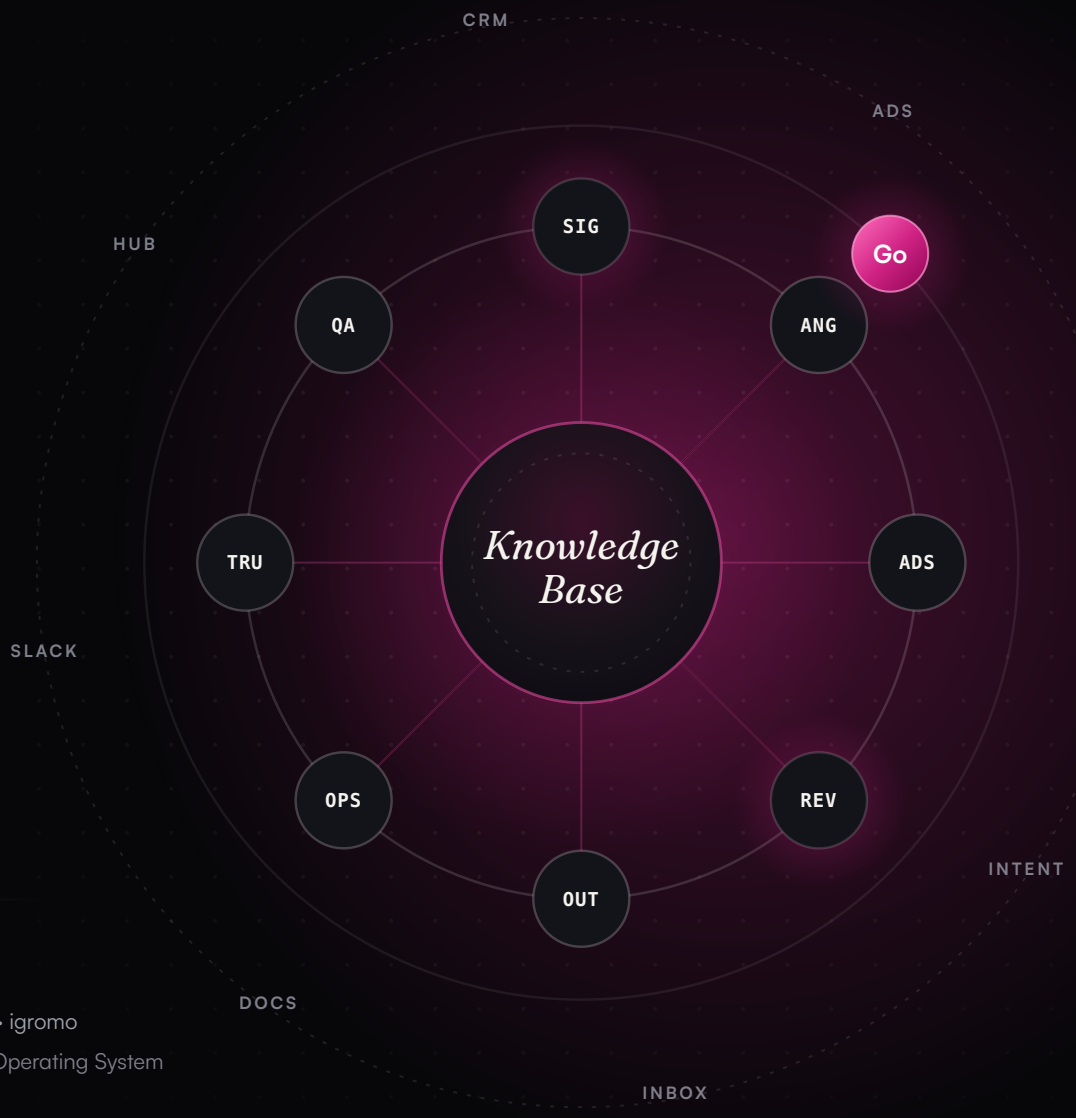
igromo

Ausgabe 2026

WHITE PAPER · DER BAUPLAN FÜR AGENTISCHES MARKETING

Vom Prompt zur *Pipeline.*

Wie sales-led B2B SaaS & AI Companies Marketing bauen, das selbst arbeitet: mit einer Knowledge Base im Zentrum, spezialisierten Agenten für die Arbeit (ein Kern-Set, für jedes Geschäft erweitert) und Menschen, die entscheiden.



Mario Maier

AI-Native Revenue Marketing Engineer · igromo

RevPrime® · das agentische Marketing Operating System

IN 60 SEKUNDEN

Die *Kurzfassung.*

AI shippt heute in Tagen, was früher Wochen gedauert hat. Die meisten B2B-Teams haben diese Geschwindigkeit längst und sehen trotzdem nicht mehr Pipeline. Am Modell liegt das selten. Es fehlt das System: Jeder promptet anders, Wissen steckt in einzelnen Köpfen, und niemand kontrolliert, was live geht.

Ein agentisches Marketing-System löst das mit vier Bausteinen: einer **Knowledge Base**, die die Revenue-Logik deines Geschäfts enthält, **spezialisierten Agenten**, die wiederkehrende Marketing-Arbeit in festem Rhythmus erledigen, einem **Human Go**, bevor sich etwas ändert, und einem **Hub**, in dem Menschen und Agenten zusammenarbeiten.

6–8 Wo. → 2–3 Tage
bis zum review-fertigen Kampagnen-Set

8+
Kern-Agenten plus deine eigenen

0
Änderungen ohne dein Go

Woche 5
erste Agenten live

FÜNF KERNAUSSAGEN

1. **Erst Wissen, dann Agenten.** Agenten verstärken, was da ist: Klarheit genauso wie Chaos.
2. **Spezialisten statt Chatbot.** Acht Kern-Agenten als Basis, dazu die Agenten, die dein Geschäft braucht. Jeder hat eine Rolle, einen Rhythmus und einen Output, an dem er gemessen wird.
3. **Ein Loop für alle Agenten.** Lesen, analysieren, vorschlagen, Go, ausführen & loggen.
4. **Governance ist Architektur.** Keine Änderung ohne Freigabe, jede Änderung mit Vorher/Nachher geloggt.
5. **Gemessen an Pipeline.** Output beweist nichts. Erste Agenten ab Woche 5 live.

INHALT

01 Der Shift 03
02 Was ein agentisches Marketing-System ist 04
03 Die Architektur 05
04 Die Knowledge Base 06
05 Die Agenten 08
06 Der Loop 10
07 Der Operating Rhythm 11
08 Governance by Design 12
09 So baust du es auf 13
10 Plays in der Praxis 14
11 Was du misst 15
12 Readiness Check & Fallstricke 16
13 Stack, Modelle & FAQ 17

01 DER SHIFT

AI shippt in Tagen, was früher Wochen gebraucht hat. *Ohne System* nur schneller das Falsche.

Die Geschwindigkeit ist da. Was den meisten Teams fehlt, ist ein System, das sie auf Pipeline richtet: Agenten, die die Arbeit machen, und eine Revenue-Logik, die vorgibt, welche.

GESTERN

Mehr Köpfe, mehr Agenturen

- Output skaliert mit Headcount
- Reporting zeigt Aktivität, nicht Pipeline
- Wochen bis zur nächsten Kampagne
- Wissen steckt in einzelnen Köpfen

HEUTE (MEISTENS)

AI-Tools ohne System

- Jeder promptet anders
- Mehr Content, gleiche Pipeline
- Keine Kontrolle, was live geht
- Insellösungen ohne Revenue-Bezug

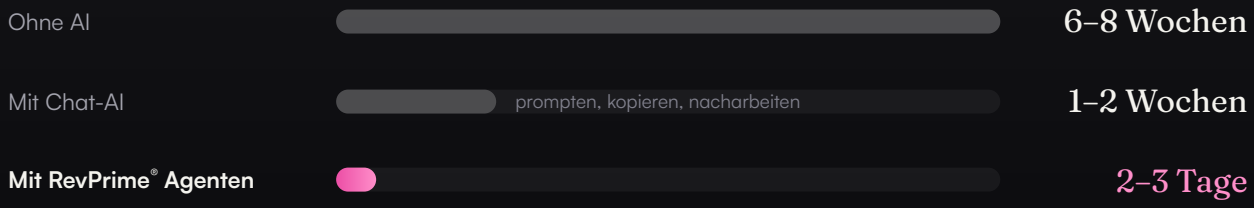
MIT AGENTISCHEM OS

Marketing, das selbst arbeitet

- Agenten übernehmen täglich wiederkehrende Arbeit
- Revenue-Logik steuert, was produziert wird
- Keine Änderung ohne Freigabe, alles geloggt
- Wissen lebt im System, nicht im Kopf

Zeit bis zum fertigen Kampagnen-Set

Review-fertig: Angle, Landingpage, Ads und Sequenz



Typische Spannen aus RevPrime®-Projekten, abhängig von Setup und Freigaben.

WARUM DAS JETZT ZÄHLT

Für sales-led B2B SaaS & AI Companies mit hohem ACV waren die Kosten von Marketing immer Headcount: mehr Kanäle, mehr Leute, mehr Agenturen. Agenten lösen diese Kopplung auf. Output muss nicht mehr mit den Köpfen wachsen.

Aber Geschwindigkeit ohne Steuerung ist gefährlich. Ein Team, das fünfmal mehr Content gegen das falsche ICP produziert, bekommt nicht fünfmal mehr Pipeline, sondern fünfmal mehr Lärm. Dass AI dein Marketing beschleunigt, ist ausgemacht. Offen bleibt, **ob** dein System diese Geschwindigkeit in Pipeline übersetzt.

02 WAS EIN AGENTISCHES MARKETING-SYSTEM IST

Kein Tool. Kein Chatbot. Ein *Operating System,* das arbeitet.

DEFINITION

Ein agentisches Marketing-System besteht aus spezialisierten AI-Agenten, die laufende Marketing-Arbeit übernehmen: Signale auswerten, Assets produzieren, Kampagnen überwachen, Pipeline reporten, Aufgaben pflegen. Sie arbeiten in festem Rhythmus, auf Basis deiner Daten und der Revenue-Logik deines Geschäfts, und handeln nie ohne die Freigabe eines Menschen.

01
Spezialisiert
Jeder Agent hat genau einen Job, wie ein gutes Teammitglied. Einen Generalisten, der alles ein bisschen macht, gibt es nicht.

02
Wissensbasiert
Alle Agenten lesen dieselbe Knowledge Base: ICP, Angles, Prioritäten, Product Truth. Einmal geändert, folgen alle.

03
Rhythmisch
Agenten arbeiten im festen Takt, ob laufend, täglich oder wöchentlich. Niemand muss erst ans Prompten denken.

04
Ausführend
Nach dem Go schreiben Agenten direkt in deine Tools: Landingpage live, Workflow getriggert, Audience aktualisiert.

05
Kontrolliert
Nummerierte Vorschläge, ein Human Go, ein lückenloser Change-Log. Schnell und trotzdem steuerbar.

Was es *nicht* ist

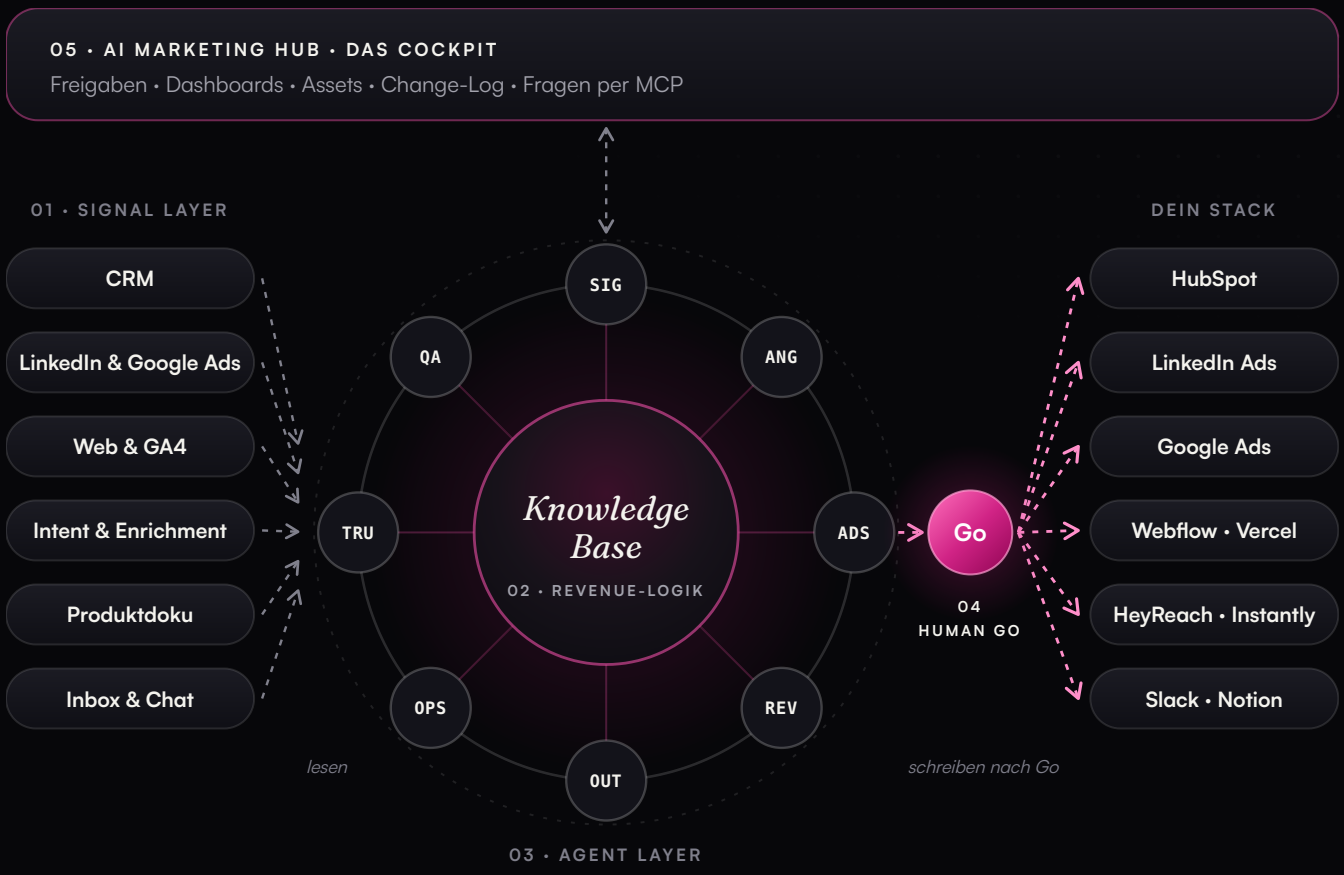
DIE ALTERNATIVE		EIN AGENTISCHES MARKETING-SYSTEM
Klassische Agentur	Liefert Output gegen Retainer. Skaliert mit Stunden, nicht mit System.	→ Baut ein System, das Output selbst erzeugt und dir gehört.
Reine AI-Tools	Beschleunigen einzelne Tasks. Lösen weder Priorisierung noch Accountability.	→ Verbindet Agenten mit Revenue-Logik und Governance.
Strategy Advisory	Liefert Foliendecks. Verlässt den Raum, bevor Umsetzung beginnt.	→ Läuft jeden Tag in deinem Stack, messbar.
Fractional CMO	Übernimmt Teamführung in Teilzeit. Stark personenabhängig.	→ Ein Operating System, das dein eigener Lead führen kann.

> *"Marketing ist Teil von Revenue – oder es ist Overhead. Agenten ändern daran nichts. Sie ändern nur, wie schnell du es beweisen kannst."*
>
> — Mario Maier

03 DIE ARCHITEKTUR

Fünf Layer. *Ein System.* Die Knowledge Base im Zentrum.

Von Signal bis Cockpit hat jeder Layer eine eigene Aufgabe. Zusammen machen sie aus Marketing-Aktivität ein steuerbares System.



01
Signal Layer
DATEN & SIGNALE

Alles, was dir sagt, was gerade passiert: CRM, Ads, Website, Intent, Enrichment, Produktdoku, Inbox & Chat. Gelesen für die Analyse; in dieselben Tools schreiben die Agenten bei der Umsetzung.

02
Revenue-Logik
DAS GEHIRN

ICP, Buying Center, Message Angles, Prioritäten und KPIs liegen in der Knowledge Base, als Regelwerk für jeden Agenten.

03
Agent Layer
DIE ARBEIT

Acht Kern-Agenten für Signale, Content, Paid Media, Outreach, Reporting, Ops, Product Truth und QA, dazu kundenspezifische Agenten. Jeder hat Rolle, Rhythmus und Output.

04
Human Go
DIE KONTROLLE

Nummerierte Vorschläge mit Einzel-Go oder Routinen nach einmal freigegebenen Regeln. Danach schreibt der Agent direkt ins Tool.

05
AI Marketing Hub
DAS COCKPIT

Aufgaben, Dashboards, Assets und Timeline an einem Ort, auch per MCP aus Claude, ChatGPT oder Cursor abfragbar.

04 DIE KNOWLEDGE BASE

Die Knowledge Base. *Das Gehirn, das sich alle Agenten teilen.*

Die meisten AI-Initiativen im Marketing scheitern an derselben Stelle: Das Wissen steckt in Prompts, Foliendecks und einzelnen Köpfen. Jeder Mensch, und damit auch jeder Agent, arbeitet mit einer anderen Version der Wahrheit. Ein agentisches System fängt deshalb bei der Knowledge Base an und erst danach bei den Agenten.

> Agenten verstärken, was da ist – *Klarheit genauso wie Chaos.* Deine Agenten werden nie besser sein als deine Knowledge Base.

01 ICP & Segmente

Firmografie, Tiers, Ausschlusskriterien, Win/Loss-Belege. An wen du verkaufst und an wen nicht.

Owner: Revenue Lead **Genutzt von:** SIG · ADS · OUT

02 Buying Center

Die 3—8 Rollen pro Deal: Pains, Einwände, welchen Proof sie brauchen, wie sie kaufen.

Owner: Revenue Lead **Genutzt von:** SIG · OUT · ANG

03 Message Angles

1 Angle = 1 Segment: Persona, Use Case, Workaround, Edge, Outcome. Status: live, im Test, retired.

Owner: Marketing Lead **Genutzt von:** ANG · ADS · OUT

04 Prioritäten & KPIs

Die wenigen Hebel der nächsten 90 Tage, Ziele, Score-Schwellen, SLAs zwischen Marketing und Sales.

Owner: Leadership **Genutzt von:** REV · SIG · ADS

05 Product Truth

Doku, Release Notes, Pricing, freigegebene Claims, Proof Points und Case Studies.

Owner: Product **Genutzt von:** TRU · ANG · QA

06 Brand, Claims & Legal

Tonalität, Wording-Regeln, verbotene Claims und Compliance: die Leitplanken für alles, was live geht.

Owner: Marketing Lead **Genutzt von:** QA · ANG · OUT

07 Playbooks & Regeln

Routing-Regeln, Aktivierungsschwellen, Sequenzen und die Routinen, die du einmal freigegeben hast.

Owner: RevOps **Genutzt von:** OUT · OPS · SIG

08 Entscheidungsgedächtnis

Jeder Vorschlag, jedes Go und jedes Nein samt Grund, Vorher/Nachher und Ergebnis. Das System lernt daraus.

Owner: System **Genutzt von:** alle Agenten

04 DIE KNOWLEDGE BASE

So *funktioniert* eine gute Knowledge Base.

01
Eine Quelle der Wahrheit
Agenten tragen kein eigenes Wissen mit sich. Sie lesen es aus der Knowledge Base. Ändert sich ein Angle, folgen alle Agenten noch am selben Tag.

02
Strukturiert & versioniert
Einfache, maschinenlesbare Dateien (Markdown, YAML) in Repo oder Workspace. Jede Änderung mit Version, Owner und Datum.

03
Jedes Modul hat einen Owner
Jedes Modul verantwortet ein Mensch. Agenten schlagen Updates vor (neues Feature, retired Angle), der Owner gibt das Go.

04
Entscheidungsgedächtnis
Ablehnungen werden gemerkt. Jedes Nein fließt mit Grund zurück in die Knowledge Base, der nächste Vorschlag wird besser.

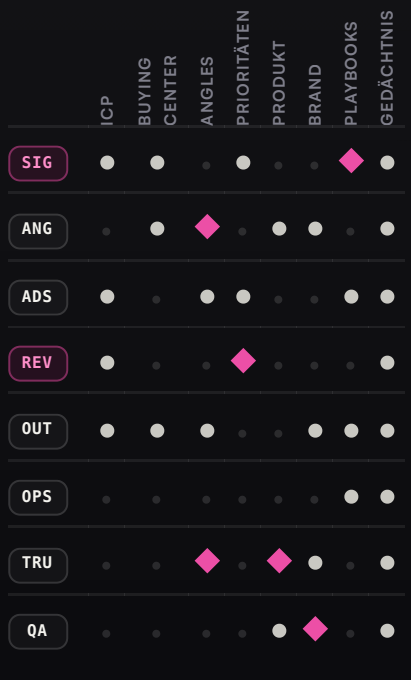
05
Daten sind Daten, keine Befehle
Inhalte aus E-Mails, Chats oder Webseiten sind Information, nie Regel. Nichts landet ohne Go in der Knowledge Base.

06
Aggregiert statt personenbezogen
Die Knowledge Base speichert Logik, Regeln und Kennzahlen, aber keine unnötigen personenbezogenen Daten. DSGVO-bewusst gebaut.

SO SIEHT DAS IN DER PRAXIS AUS

```
knowledge-base/
├─ 01-icp/ segmente.md · tiers.yaml · ausschluss.md
├─ 02-buying-center/ rollen.md · einwaende.md
├─ 03-angles/ A1-ops-leader.md · A2-wechsel.md · …
├─ 04-prioritaeten/ q4-hebel.md · kpis.yaml · schwellen.yaml
├─ 05-product-truth/ claims.md · pricing.md · releases/
├─ 06-brand-legal/ tonalitaet.md · verbotene-claims.md
├─ 07-playbooks/ routing.yaml · freigegebene-regeln.yaml
└─ 08-entscheidungen/ changelog.md · ablehnungen.md
```

WER LIEST UND WER UPDATES VORSCHLÄGT



> Faustregel: Wenn ein Agent es wissen muss, um seinen Job gut zu machen, gehört es in die Knowledge Base und *nicht in seinen Prompt.*

05 DIE AGENTEN

Acht Kern-Agenten. *Plus deine eigenen.*

Diese acht Kern-Agenten decken die Arbeit ab, die fast jedes sales-led B2B-Team hat. Dazu baue ich die Agenten, die dein Geschäft zusätzlich braucht, ohne festen Funktionsumfang. Alle lesen aus derselben Knowledge Base und folgen demselben Loop.

SIG

Signal Agent

Liest Kauf- und Account-Signale und entscheidet den nächsten Schritt.

- Web-Besuche, Engagement, CRM-Aktivität und Intent zu einem Score (0—100) verdichten
- Accounts in Tracks routen: Retargeting, Outreach oder Sales-Handover
- Sales sofort informieren, wenn ein Buying Center heiß wird

RHYTHMUS
laufend

OUTPUT
Account-Prioritäten & Next Best Action

Liest aus der KB: ICP · Buying Center · Prioritäten · Playbooks · Gedächtnis

ANG

Angle & Content Agent

Produziert Assets pro Message Angle, nicht nach Bauchgefühl.

- Landingpages, Posts, E-Mail-Sequenzen und Ad-Creatives aus einem Angle ableiten
- 1 Angle = 1 Segment: Persona, Use Case, Workaround, Edge, Outcome
- Testvarianten im Brand- und Legal-Rahmen erzeugen

RHYTHMUS
on demand

OUTPUT
Review-fertige Assets

Liest aus der KB: Buying Center · Angles · Produkt · Brand · Gedächtnis

ADS

Paid Media Agent

Überwacht Kampagnen täglich und schlägt Optimierungen mit Hypothese vor.

- Budget-Pacing, CTR/CPC-Drift, Ad Fatigue und verschwendete Suchbegriffe erkennen
- Echte Leads von Vanity-Conversions trennen
- Jeder Vorschlag mit erwarteter Wirkung, Risiko und Messpunkt

RHYTHMUS
täglich

OUTPUT
Befunde & Hypothesen zum Freigeben

Liest aus der KB: ICP · Angles · Prioritäten · Playbooks · Gedächtnis

REV

Pipeline Reporting Agent

Macht Marketing-Wirkung in Pipeline und Revenue sichtbar.

- Wöchentlicher Pipeline-Report mit Ampeln, Trends und Anomalien
- Den Marketing-Beitrag zum Forecast beziffern
- Bereitet das Weekly vor: Was wirkt, was nicht, was ist zu entscheiden

RHYTHMUS
wöchentlich

OUTPUT
Entscheidungsvorlage fürs Weekly

Liest aus der KB: ICP · Prioritäten · Gedächtnis

OUT

Outreach Routing Agent

Bringt die richtigen Kontakte in den richtigen Track.

- Accounts in Owner-1:1, LinkedIn-first oder Sequenz routen
- Kontakt-Hygiene: gültige E-Mail, Rolle, Region, Dubletten
- Sicherheitsstopp: beendet Sequenzen automatisch, sobald Sales übernimmt (freigegebene Regel)

RHYTHMUS	OUTPUT
täglich	Saubere, priorisierte Outreach-Listen

Liest aus der KB: ICP · Buying Center · Angles · Brand · Playbooks · Gedächtnis

OPS

Inbox & Ops Agent

Verwandelt E-Mails und Chats in Aufgaben mit Owner.

- Neue Infos aus Mail & Chat mit dem Projektstand abgleichen
- „Wartet auf dich“ und „wartet auf andere“ trennen
- Nummerierte Update-Vorschläge; geschrieben wird erst nach Go

RHYTHMUS	OUTPUT
2× täglich	Aktuelle Task-Liste & Timeline

Liest aus der KB: Playbooks · Gedächtnis

TRU

Product Truth Agent

Sorgt dafür, dass Marketing nichts verspricht, was das Produkt nicht hält.

- Produktdoku & Release Notes mit Website- und Kampagnen-Copy abgleichen
- Neue Features als Content-Chance melden
- Widersprüche als konkrete Korrekturvorschläge

RHYTHMUS	OUTPUT
wöchentlich	Diskrepanzen & Content-Chancen

Liest aus der KB: Angles · Produkt · Brand · Gedächtnis

QA

QA & Brand Guard Agent

Prüft alles, was live geht, bevor es jemand anderes tut.

- Kaputte Links, Mobile-Darstellung, veraltete Daten und Zahlen finden
- Brand-, Claim- und Legal-Wording-Regeln durchsetzen
- Befunde mit Fix-Vorschlag, nach Rot/Gelb priorisiert

RHYTHMUS	OUTPUT
2× täglich	Health-Report mit Fixes

Liest aus der KB: Produkt · Brand · Gedächtnis

Starte mit den zwei, drei Agenten, die den größten Pipeline-Hebel haben, meist Reporting, Signal oder Paid Media. Weitere Kern- und eigene Agenten kommen dazu, sobald sich das System bewährt.

+ DEINE AGENTEN

Kein SaaS-Paket. *Gebaut für dein Geschäft.*

Das Kern-Set ist der Startpunkt. Weil alle Agenten aus derselben Knowledge Base arbeiten, ist ein neuer Agent einfach eine weitere Rolle: Ich definiere sie, binde sie an und schalte sie mit Human Go live. Dein Wissen hat sie ab Tag eins.

+ Webinar & Event Follow-up
+ Competitor & Pricing Intel
+ Expansion- & Churn-Signale
+ SEO- & GEO-Sichtbarkeit
+ Partner & Channel
+ RFP & Security-Fragebögen
+ Lokalisierung
+ Review-Plattformen

2–3	Agenten zum Start
8	Kern-Agenten als Basis
20+	im Vollausbau

Welche Agenten du bekommst, entscheidet die Diagnose, nicht ein Preisplan.

06 DER LOOP

Agenten schlagen vor. *Du entscheidest.* Das System lernt.

Jeder Agent folgt demselben Muster. Das macht das System schnell und trotzdem kontrollierbar.



01 **Lesen.** Der Agent liest Signale und Zustände aus deinen Tools. Darauf baut jede Analyse auf.

02 **Analysieren.** Abgleich mit der Knowledge Base: Revenue-Logik, Ziele, Historie und frühere Entscheidungen.

03 **Vorschlagen.** Nummerierte Vorschläge: was, warum, erwartete Wirkung, Risiko und wie gemessen wird.

04 **Go.** Du gibst einzeln frei oder lehnst ab. Ablehnungen merkt sich das System.

05 **Ausführen & loggen.** Der Agent schreibt die Änderung direkt ins Tool. Vorher/Nachher im Change-Log, Messung startet.

SO SIEHT EIN VORSCHLAG AUS

ADS H2 20 % Budget von Angle C auf Angle A verschieben
Wirkung: +SQL-Rate | Risiko: gering | Messung: 14 Tage
Go | Später

ANG A1 Landingpage „Ops Leader“ + 3 Posts veröffentlichen
Segment: Ops | Brand-Check ✓ | Legal-Check ✓
Go | Später

EINZEL-GO ODER FREIGEGEBENE REGEL

Einzel-Go

Aktionen mit Außenwirkung wie Outreach, Veröffentlichungen oder Budgets brauchen ein einzelnes Go. Für nicht umkehrbare Aktionen (versendete Nachrichten, ausgegebenes Budget) gilt das immer.

Freigegebene Regel

Wiederkehrende Routinen wie Audience-Pflege oder CRM-Notizen laufen nach Regeln, die du einmal freigibst und jederzeit zurückziehst.

07 DER OPERATING RHYTHM

Täglicher Loop. Wöchentliches Review. *Angle-Review alle 8 Wochen.*

Ein agentisches System ist kein Projekt, sondern ein Rhythmus. Vier Takte halten es auf Kurs, und die Agenten bereiten jeden davon vor.

LAUFEND & TÄGLICH

Agenten-Loop

Signale, Monitoring, QA, Inbox und Reporting laufen nach eigenem Plan. Vorschläge landen im Hub und warten auf dein Go.

WÖCHENTLICH · 30 MIN.

Pipeline-Review

Der Pipeline-Agent bereitet die Vorlage vor: was wirkt, was nicht und was zu entscheiden ist. Die 30 Minuten gehören den Entscheidungen.

ALLE 8 WOCHEN

Angle-Review

Welche Angles erzeugen Buying-Center-Engagement und Meetings? Ausbauen, überarbeiten oder retiren, danach die Knowledge Base aktualisieren.

ALLE 90 TAGE

Prioritäten-Reset

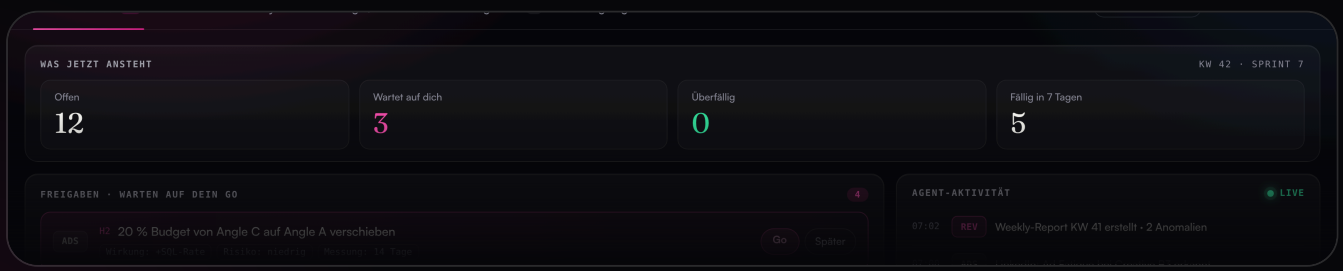
Die wenigen Hebel fürs nächste Quartal. Alles andere wird gestoppt. Die Agenten folgen dem neuen Regelwerk am selben Tag.

12 WOCHEN

Ein Morgen im System

Demo-Daten

06:00	QA	38 Seiten geprüft · 0 rot · 1 gelb → Fix vorgeschlagen
06:15	TRU	Release 4.2: 1 neues Feature als Content-Chance gemeldet
06:30	OPS	4 E-Mails verarbeitet → 2 neue Aufgaben mit Owner
06:45	SIG	Account-Score 82 → Buying Center aktiv, Sales informiert
07:00	ADS	LinkedIn: Ad Fatigue bei Creative B3 erkannt
07:02	REV	Wochenreport KW 41 erstellt · 2 Anomalien
08:30	Du	**4 Freigaben offen: 3× Go, 1× später. Agenten setzen um und loggen.**



08 GOVERNANCE BY DESIGN

Volle Geschwindigkeit. *Volle Kontrolle.*

Agentisches Marketing funktioniert nur, wenn Leadership ihm vertraut. Deshalb ist Kontrolle kein Feature, sondern Architektur.

Einzel-Go oder freigegebene Regel

Aktionen mit Außenwirkung brauchen ein einzelnes Go. Wiederkehrende Routinen laufen nach Regeln, die du einmal freigibst und jederzeit zurückziehst.

Lückenloser Change-Log

Jede Änderung mit Vorher/Nachher, Grund, Freigabe und Zeitpunkt. Nachvollziehbar für Leadership und Audit.

Lesen für die Analyse, schreiben nach Go

Agenten lesen, was sie brauchen, und haben Schreibrechte pro Tool und Agent, damit freigegebene Änderungen direkt im System landen.

Daten sind Daten, keine Befehle

Inhalte aus E-Mails, Chats oder Webseiten werden als Information behandelt, nie als Anweisung. Das schützt vor Prompt Injection.

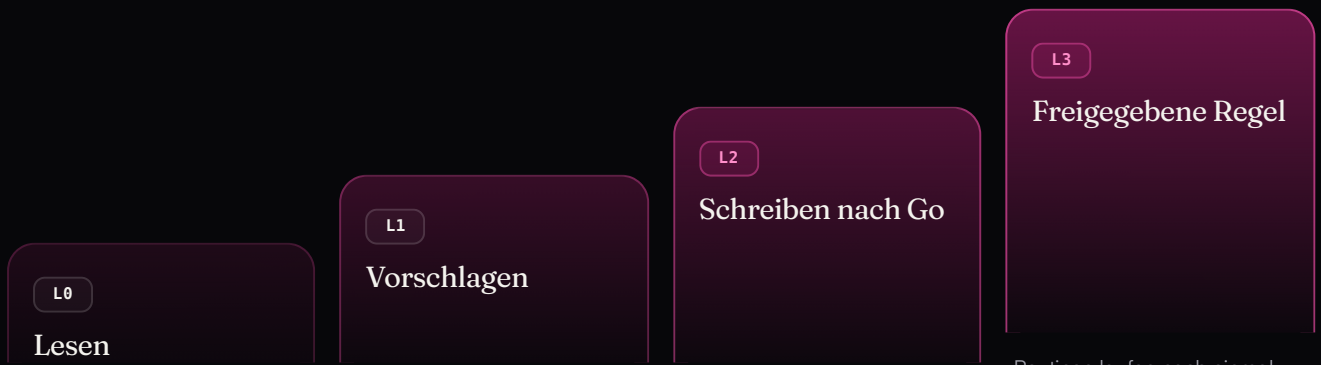
Aggregiert statt personenbezogen

Der Hub speichert Kennzahlen und Status, keine unnötigen personenbezogenen Daten. DSGVO-bewusst gebaut.

Jede offene Aufgabe hat einen Owner

Mensch oder Agent, aber nie niemand. Accountability gehört zur Architektur.

DIE RECHTE-LEITER



Agenten lesen CRM, Ads, Web und Doku für die Analyse.

Nummerierte Vorschläge mit Wirkung, Risiko und Messpunkt.

Freigegebene Änderungen landen direkt im Tool.

Routinen laufen nach einmal freigegebenen Regeln, jederzeit widerrufbar.

Nicht umkehrbare Aktionen wie versendete Nachrichten oder ausgegebenes Budget brauchen immer ein einzelnes Go. Rollback, wo technisch möglich.

09 SO BAUST DU ES AUF

Reihenfolge ist nicht *kosmetisch.*

Wer Cadence ohne Accountability baut, baut Theater. Wer Agenten ohne Priorisierung loslässt, produziert nur schneller das Falsche. Die Reihenfolge ist immer dieselbe.

01

Diagnose

Pipeline, Aktivität, Owner und Engpässe mappen, auf Datenbasis und ohne Folien-Theater.

WAS DIE AGENTEN ÜBERNEHMEN

Agenten ziehen Daten aus CRM, Ads und Web und verdichten sie in Tagen statt Wochen zu einem Befund.

02

Priorisierung

Die wenigen Hebel, die in den nächsten 90 Tagen Pipeline bewegen. Alles andere wird gestoppt.

WAS DIE AGENTEN ÜBERNEHMEN

Hebel-Scoring nach Pipeline-Wirkung, Time-to-Impact und Aufwand wird zum Regelwerk für alle Agenten.

03

Accountability

Eindeutige Owner zwischen Marketing, Sales und Leadership. Gemeinsame KPIs, die niemand wegerklären kann.

WAS DIE AGENTEN ÜBERNEHMEN

Jede Aufgabe hat einen Owner, Mensch oder Agent, und jede Änderung ist geloggt und freigegeben.

04

Operating Cadence

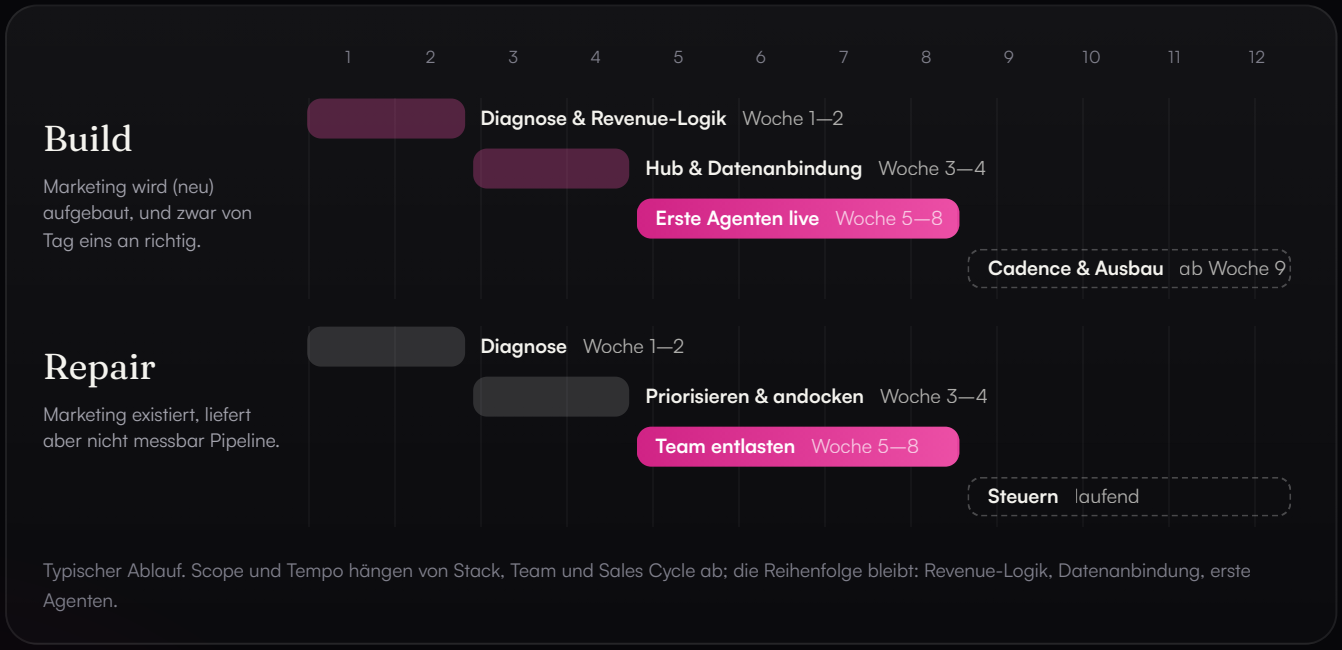
Täglicher Agenten-Loop, wöchentliches Pipeline-Review, Angle-Review alle 8 Wochen.

WAS DIE AGENTEN ÜBERNEHMEN

Agenten bereiten jedes Weekly vor und markieren, was wirkt und was zu entscheiden ist.

DIAGNOSE → PRIORISIERUNG → ACCOUNTABILITY → OPERATING CADENCE

Zwei Ausgangspunkte, eine Roadmap



Typischer Ablauf. Scope und Tempo hängen von Stack, Team und Sales Cycle ab; die Reihenfolge bleibt: Revenue-Logik, Datenanbindung, erste Agenten.

10 PLAYS IN DER PRAXIS

Vier Plays. *Ein Loop.*

Dieselben Agenten und dieselbe Knowledge Base, mit demselben Go angewandt auf die vier Motions, die in sales-led B2B am meisten zählen.

01 SIG · OUT · ADS · ANG

Account Based Marketing

200 Accounts mit je drei Rollen auf fünf Kanälen schafft niemand ordentlich von Hand.

Agenten recherchieren jeden Account, decken das Buying Center auf, halten Audiences aktuell und bereiten die persönliche Ansprache vor. Dein Team entscheidet, wer wann kontaktiert wird.

09:15 OUT Buying Center gefunden und angereichert: CMO, Head of Demand Gen, RevOps

13:00 OUT Entwurf an CMO mit Bezug auf Series B → wartet auf dein Go

KPI · Named-Account-Pipeline

02 SIG · OUT · ADS · OPS

Intent-Based Activation

Signale sterben im Dashboard. Bis jemand reagiert, ist das Momentum weg.

Fit × Intent × Timing als erklärbarer Score. Accounts über der Schwelle bekommen Buying-Center-Recherche, Retargeting und einen Outreach-Entwurf, innerhalb von Stunden.

09:04 SIG Unbekannte Firma liest 3 Vergleichsseiten → de-anonymisiert, Score 79

09:20 ADS Retargeting-Audience angelegt, Angle „Wechsel" zugewiesen

KPI · Signal-to-Action-Zeit

03 ANG · SIG · TRU · OUT

Inbound Marketing 2.0

Traffic ohne Gesicht, Leads ohne Buying Center und gegatete E-Books, über die niemand kaufen wollte.

Offener Content pro Rolle, den AI-Assistenten zitieren können. Erkannte ICP-Leser laufen durch Recherche, Buying Center, Kanäle und Outreach.

Mo 08:40 SIG Firma mit 220 MA liest 11 Min. lang den Attribution-Guide

Mi 10:05 OUT Persönliche Nachricht an Head of RevOps → wartet auf dein Go

KPI · Pipeline aus Content

04 REV · OUT · ANG · TRU

Sales Enablement

Single-Threaded Deals sterben leise: Der Champion geht, und Finance stellt Fragen, auf die niemand vorbereitet ist.

Deal-Briefs, fehlende Rollen, Air Cover und Multithreading-Entwürfe für jede offene Opportunity, im Namen des AE und mit Human Go.

06:30 REV Deal 38 Tage still, Close Date in 3 Wochen → Risiko hoch

07:10 OUT Zwei Multithreading-Entwürfe für CFO und neue Head of Ops → Go?

KPI · Sales Velocity

Demo-Daten.

11 WAS DU MISST

Gemessen an Pipeline. *Nicht an Output.*

Agenten machen es billig, mehr zu produzieren, und damit wird Output als Kennzahl wertlos. Ein agentisches System wird dort gemessen, wo Leadership Marketing misst: an Pipeline und Revenue.

Marketing-sourced Pipeline
Der Nordstern: Opportunities und Wert, die Marketing erzeugt.

SQL-Rate
Anteil der Leads, die Sales akzeptiert. Weniger, bessere Leads schlagen mehr Lärm.

Sales Velocity
Opportunities × Win Rate × Deal Size ÷ Cycle Length. Die eine Zahl fürs Weekly.

Signal-to-Action-Zeit
Stunden vom Kaufsignal bis zur aktivierten Audience und freigegebenen Nachricht.

Buying-Center-Abdeckung
Deals mit mindestens drei aktiven Rollen im CRM.

Zurückgewonnene Teamzeit
Stunden für Reporting, Monitoring und Hygiene, die die Agenten übernommen haben.

Was es in RevPrime®-Projekten bringt

18 % → 41 %
Pipeline-Beitrag
MANUFACTURING SAAS · REPAIR

6 % → 21 %
SQL-Rate
MANUFACTURING SAAS · REPAIR

2,1×
Pipeline pro Marketing-FTE
SALES INTELLIGENCE SAAS · REPAIR

4,1×
Named-Account-Pipeline
FINOPS SAAS · REPAIR

−42 %
Zeit bis zum ersten Meeting
FINOPS SAAS · REPAIR

124 %
Q1-Pipeline vs. Plan
AI OBSERVABILITY · BUILD

Anonymisierte Kundenergebnisse. Typisch: erste Klarheit in Wochen, operative Wirkung über 60—120 Tage, je nach Sales Cycle und ACV.

15+	€75M+	50+
JAHRE B2B SAAS & TECH	BEEINFLUSSTER UMSATZ	KUNDEN MIT WACHSTUM

12 READINESS CHECK & FALLSTRICKE

Ist dein Marketing *bereit für Agenten?*

Bewerte jede Frage von 0 bis 3. Weil Agenten verstärken, was da ist, zeigt dir das, wo du anfängst.

		0	1	2	3
REVENUE-LOGIK	1. Wie klar ist euer ICP definiert? 0 = Gar nicht · 3 = Klar, dokumentiert, mit Win/Loss-Daten belegt	☐	☐	☐	☐
REVENUE-LOGIK	2. Gibt es Message Angles pro Rolle im Buying Center? 0 = Eine Botschaft für alle · 3 = Pro Rolle dokumentiert und getestet	☐	☐	☐	☐
DATEN & SIGNALE	3. Wie verlässlich ist euer CRM? 0 = Kaum gepflegt · 3 = Sauber, inkl. Quellen und Attribution	☐	☐	☐	☐
DATEN & SIGNALE	4. Welche Kauf-Signale nutzt ihr heute? 0 = Keine · 3 = Web, Intent und CRM kombiniert	☐	☐	☐	☐
RHYTHMUS & OWNERSHIP	5. Wie läuft euer Marketing-Rhythmus? 0 = Ad hoc · 3 = Weekly mit Pipeline-Hypothesen	☐	☐	☐	☐
RHYTHMUS & OWNERSHIP	6. Sind Owner und gemeinsame KPIs mit Sales klar? 0 = Nein · 3 = Pro Hebel, gemeinsam mit Sales	☐	☐	☐	☐
GOVERNANCE & AI	7. Wer darf Änderungen in CRM und Ads-Konten machen? 0 = Jeder mit Login · 3 = Rollen, Freigaben und Change-Log	☐	☐	☐	☐
GOVERNANCE & AI	8. Wie nutzt euer Team AI heute? 0 = Gar nicht · 3 = Gemeinsame Regeln, Prompts und Workflows	☐	☐	☐	☐

0—8
Erst das Fundament
Knowledge Base und Revenue-Logik aufbauen, bevor ein Agent startet.

9—16
Bereit für erste Agenten
Mit Reporting, Signal oder Paid Media starten: erst lesend, dann schreibend.

17—24
Bereit zu skalieren
Agenten pro Play ergänzen und Routinen auf freigegebene Regeln umstellen.

Sechs Fallstricke, die ich immer wieder sehe

× „Mach mal was mit AI“
Tools gekauft, kein System. Mehr Content, gleiche Pipeline.

× Agenten vor Priorisierung
Schneller darin, das Falsche zu produzieren.

× Wissen in Prompts
Jeder Agent mit eigener Wahrheit. Niemand kann das pflegen.

× Schreibrechte ohne Log
Eine falsche Änderung und Leadership zieht den Stecker.

× Cadence ohne Accountability
Weeklies als Theater, nicht als Entscheidung.

× Volumen messen
Posts und MQLs zählen statt Pipeline.

13 STACK, MODELLE & FAQ

Arbeitet in deinem Stack. *Liest und schreibt.*

Keine neue Plattform: Die Agenten docken an die Tools an, die du schon nutzt, lesend für die Analyse und schreibend nach dem Go. Neue Tools nur, wenn die Revenue-Logik es verlangt.

CRM & REVOPS
- HubSpot
- Clay
- Fibbler

PAID & SOCIAL
- LinkedIn Ads
- Google Ads
- Sales Navigator

OUTREACH
- HeyReach
- Instantly

WEB & ANALYTICS
- Webflow
- Lovable
- Vercel
- GA4
- Search Console

ARBEIT & KOMMUNIKATION
- Slack
- Notion
- ClickUp

Modellunabhängig konzipiert

Standardmäßig laufen die Agenten auf Claude von Anthropic, als geplante Routinen mit fest definierten Regeln. Knowledge Base, Playbooks und Freigaben liegen getrennt vom Modell. Deshalb sind auch OpenAI, Gemini oder Grok und Harnesses wie Claude Code, Codex oder Cursor möglich. Weil sich Tool-Unterstützung, Rechte und Zuverlässigkeit unterscheiden, teste ich jede Kombination für deinen Einsatz, bevor ich sie abnehme. Per MCP fragt dein Team den Hub direkt: „Was ist diese Woche offen?“

Claude · OpenAI · Gemini · Grok · Claude Code · Codex · Cursor · MCP

Häufige Fragen

Ersetzen die Agenten mein Marketing-Team?

Nein. Agenten ersetzen Routine, nicht Urteilsvermögen. Sie übernehmen Reporting, Monitoring, Varianten, Recherche und Hygiene, damit sich dein Team auf Positionierung, Beziehungen und Entscheidungen konzentrieren kann.

Was passiert, wenn ein Agent falsch liegt?

Du lehnst den Vorschlag ab, und der Agent merkt sich das. Ohne Freigabe wird nichts umgesetzt, jede Änderung wird mit Vorher/Nachher geloggt.

Wie schnell läuft der erste Agent?

Typischerweise ab Woche 5: zwei Wochen Diagnose und Revenue-Logik, zwei Wochen Anbindung deiner Tools, dann gehen die ersten Agenten live.

Was bleibt bei uns?

Das System läuft in deinen Konten und Tools und wird samt Knowledge Base dokumentiert übergeben. Kein Black-Box-Abo.

igromo



WER DAS BAUT

Kein Berater mit AI-Folien. Ein Engineer, der *das System selbst baut.*

Ich arbeite seit über 15 Jahren an der Schnittstelle von Marketing, Sales und Revenue Operations in B2B SaaS & AI. Dabei sehe ich immer wieder dasselbe: Teams arbeiten hart, aber das System dahinter ist nicht an Pipeline gekoppelt.

Mit RevPrime® habe ich dafür erst eine Methode gebaut. Heute baue ich daraus Systeme: Ich schreibe die Agenten, baue die Knowledge Base, verbinde CRM, Ads und Daten, definiere die Governance und übergebe am Ende ein Marketing OS, das jeden Tag arbeitet.

AI-Native Revenue Marketing Engineer | 15+ Jahre B2B SaaS | Claude · HubSpot · MCP | DACH · remote-first

PASST, WENN …

- ✓ du eine sales-led B2B SaaS oder AI Company bist
- ✓ ihr High ACV und einen komplexen Sales Cycle habt
- ✓ du mehr Output willst, ohne Headcount zu skalieren
- ✓ du Agenten mit klarer Governance anbinden willst

15+	€75M+	50+
JAHRE B2B SAAS & TECH	BEEINFLUSSTER UMSATZ	KUNDEN MIT WACHSTUM

Bereit für Marketing, das *selbst arbeitet?*

30 Minuten Diagnose-Call: Ich schaue mir dein Setup an und zeige dir, wo Pipeline verloren geht und welche Agenten zuerst den größten Hebel hätten.

Diagnose-Call →
igromo.com/diagnose-call

Readiness Check · 3 Min. →
igromo.com/agentic-readiness-check

RevPrime® OS →
igromo.com/revprime

© 2026 igromo e.U. · RevPrime® ist eine eingetragene Marke. Alle Beispiele mit Demo-Daten oder anonymisierten Kundenergebnissen.