



## Möglichkeiten & Nutzen von yellow1

Ihr Firmeneintrag ist die Visitenkarte Ihres Unternehmens: Nutzen Sie die vielfältigen Möglichkeiten und seien auch Sie in Europas Business Suchmaschine yellow1 mit dabei!

### Ihr Plus

Sie selbst können Informationen, Beschreibungen sowie Angebote, Events, Bilder, Videos, Texte und Dateien einstellen und somit eine attraktive kostenfreie Internetpräsenz gestalten – mit eigener Adresse, zum Beispiel [www.yellow1.com/hp/boutique-schick](http://www.yellow1.com/hp/boutique-schick). Diese können Sie als Bestandteil Ihrer Werbemaßnahmen nutzen: auf Flyern oder Anzeigen in Zeitungen oder Magazinen.

### Einmalig

Engagement wird belohnt. Firmeneinträge, die vollständig sind und regelmäßig aktualisiert werden, liegen in den Suchergebnissen ganz weit vorne. Der Grund: Mit jeder Aktion, die Sie auf der Seite durchführen, sammeln Sie Prämienpunkte, die sich positiv auf die Platzierung auswirken.

### Kurz

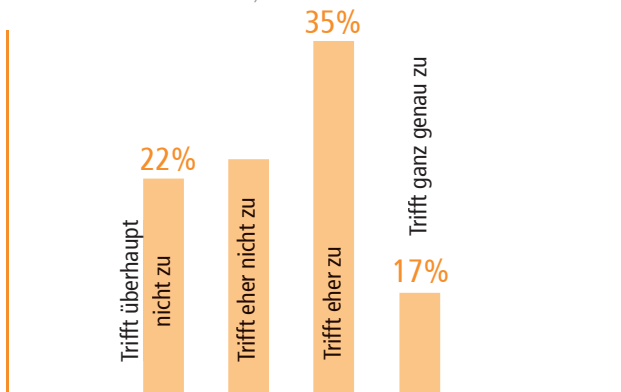
Mit yellow1 können Sie effizient für sich werben und den Bekanntheitsgrad Ihres Unternehmens steigern! Lassen Sie sich im Internet mit yellow1 finden.

## Kostenloser Eintrag – Ihre Vorteile

- suchmaschinenoptimierter Eintrag mit eigener Internetadresse (z.B. [www.yellow1.com/hp/boutique-schick](http://www.yellow1.com/hp/boutique-schick))
- gute Platzierung in Suchergebnissen durch Profilpflege und Weiterempfehlung von yellow1
- bis zu 10 Branchen- und 20 Produktbegriffe hinterlegen
- TextEinstellungen in 6 Kategorien (z.B. Angebote, News, Veranstaltungen)
- Bilder, Logo, Dateien und Graphiken hochladen
- Videos einbinden (auch aus externen Seiten, z.B. YouTube)
- E-Mails versenden/empfangen
- Merk-/Beobachtungs-/Erinnerungsfunktionen u.v.m.

Versandhandel und Modeketten machen kleinen Boutiquen das Leben schwer. Wichtig ist es daher für diese, sich von der Masse abzusetzen – durch Exklusivität und Service: Mehr als die Hälfte der Kunden wünscht sich beim Kleiderkauf Beratung durch geschultes Personal.

Wünschen Sie sich, wenn sie Kleidung kaufen, daß das Verkaufspersonal in Farb- und Stilberatung geschult ist? (Anteil der Befragten von 14-64 Jahren in Deutschland)



Quelle: statista.org

## Anforderungen

- Neukundengewinnung – immer mehr suchen online
- Multimedia Online-Präsenz, die die Kunden schon vor dem Einkauf von Service und Angeboten überzeugt
- Schnelles „Gefunden werden“ auf lokaler Ebene, z.B. im Umfeld des eigenen Standorts
- Präsentationsmöglichkeit der Kollektionen, Fotos von Modenschauen
- Ankündigung von Modenschauen oder Typberatungen
- Ausschreiben von Stellenangeboten

## Beispielanwendung

Schneidermeisterin Gabriela Schick hat sich vor zehn Jahren ihren Traum erfüllt: ihre eigene Modeboutique im Berliner Stadtteil Steglitz. Ihren Kundinnen bietet sie hier exklusive Alltags- und Abendgarderobe. Bislang hat sich die Boutique gut gehalten, doch die zahlreichen Einkaufszentren der Stadt sorgen dafür, dass immer weniger Laufkundschaft den Laden von Frau Schick besucht. Um die Kunden anzulocken hat die Geschäftsfrau sich bereits einiges einfallen lassen: Regelmäßige Modenschauen, ausführliche Farb- und Stilberatungen gehören ebenso dazu wie ein kostenloser Änderungsservice. Damit diese Angebote helfen können, neue Kundinnen zu gewinnen, muss Gabriela Schick nun noch einen

kostengünstigen Weg finden, ihre Aktionen bekannter zu machen. Als erstes fällt ihr dazu das Internet ein. Sie recherchiert, wie andere Boutiquen sich online präsentieren. Unter den ersten Treffern ihrer Googleuche für „Modeboutique“ ist die yellow1-Homepage eines Ladens in Franken. Sie sieht sich die Seite an. Der Besitzer der Boutique hat dort tolle Fotos seiner aktuellen Kollektion und sogar eine Video-Shoppingtour eingestellt. Auch sonst erfährt sie hier alles, was sie als Kundin gerne wissen würde – Anfahrt, Öffnungszeiten, Angebote und Termine. Gabriela Schick kommt zu dem Schluss: „Das ist genau das, was ich brauche“ und erstellt gleich ihr eigenes Profil auf yellow1.