Eine Krise in vier Schritten bewältigen

mit Yext

Eine Krise in vier Schritten bewältigen mit Yext

Durch die Entstehung der maschinellen Verarbeitung natürlicher Sprache (NLP) und der künstlichen Intelligenz (KI) hat sich die Art und Weise, wie Menschen mit Marken umgehen, drastisch verändert. Um mit den kontinuierlichen Entwicklungen Schritt halten zu können, müssen Sie flexibel sein, sich fortlaufend informieren und Ihre Kommunikationsstrategie in Echtzeit anpassen.

Außerdem stellen Personen jetzt von überall aus Fragen zu Marken: auf Ihrer Website und über ein wachsendes Ökosystem aus Suchmaschinen und digitalen Assistenten hinweg. Für die Aufrechterhaltung der Geschäftsaktivität von Unternehmen ist es ausschlaggebend, dass sie in der Lage sind, die Fragen ihrer Kunden zu beantworten, unabhängig davon, wo diese gestellt werden. Falsche Antworten kommen Unternehmen zwar immer teuer zu stehen, aber in Zeiten einer Krise ist das Risiko um ein Vielfaches höher – denn korrekte und aktuelle Informationen können über Leben und Tod entscheiden.

Yext ist für Sie da. Unsere Mission besteht darin, Unternehmen auf der ganzen Welt **bereit für das Zeitalter der Antworten zu machen**, damit sie ihre Kunden – und die breite Öffentlichkeit – mit den wichtigsten Informationen versorgen können, ganz egal, wo oder wann sie gebraucht werden. Aus diesem Grund haben wir diese vier Schritte zur Unterstützung Ihrer Krisen-Kommunikationsstrategie in einer von NLP und KI geprägten Welt entwickelt. Sie sollen Ihnen außerdem aufzeigen, wie Sie sich mit den Produkten von Yext besser auf unvorhersehbare Umstände, die Ihre regulären Geschäftsabläufe erheblich beeinträchtigen könnten, vorbereiten können.

1. Erst zuhören, dann reden.

Der erste Schritt einer erfolgreichen Kommunikationsstrategie sollte immer darin bestehen, die am dringendsten zu teilenden Nachrichten herauszufiltern. Müssen Sie beispielsweise ein Event absagen? Ihre Geschäftszeiten ändern? Sind Ihre Bestände vorübergehend erschöpft? Konzentrieren Sie sich zunächst auf die **wichtigsten Updates**, also diejenigen, die für Ihre Kunden und Ihr Unternehmen am bedeutsamsten sind. E-Mails stellen in diesem Zusammenhang einen besonders effektiven Kanal dar, weil Sie auf Ihre bestehende Kundendatenbank zurückgreifen können und eilige Updates so direkt im Posteingang Ihrer Kunden landen.

Doch trotz Ihrer Bemühungen, das proaktiv zu kommunizieren, was Ihrer Meinung nach oberste Priorität für Ihre Kunden hat, kann es sein, dass diese oft **neue und spezifischere Fragen haben. Fragen, auf die Sie nicht immer vorbereitet sind**. Dies ist besonders häufig bei längerfristigen Krisen wie Naturkatastrophen, Gesundheitskrisen, Markteinbrüchen oder politischer Instabilität der Fall. Callcenter (oder die Haupttelefonnummer von Unternehmen) können durch Anrufe von besorgten Kunden überhäuft werden. Es werden jedoch oft dieselben oder ähnliche Fragen gestellt. Und genau in diesem Moment wird Ihre Website zu Ihrem wertvollsten Gut.

Sie müssen jedoch gut aufgestellt sein, um Ihre Website bestmöglich nutzen zu können. Um einen Eindruck davon zu bekommen, wie Ihre Marke in der Öffentlichkeit ankommt oder welche Probleme diese möglicherweise beeinträchtigen, können Sie über Google Analytics die **Suchdaten überwachen**. Einen Einblick in die Suchbegriffe und die spezifischen Suchanfragen zu Ihrer Marke erhalten Sie von Ihrem Anbieter für Website-Suchen, der die *konkreten* Fragen Ihrer Kunden für Sie bereithält. Die Ergebnisse könnten Sie überraschen und einen großen Einfluss auf die benutzerdefinierten Inhalte haben, die Sie erstellen.

Wir bei Yext erstellen einen Knowledge Graph für unsere Kunden, der die wichtigsten Geschäftsdaten organisiert und speichert und so für eine einfache Bereitstellung sorgt. Dank der kombinierten Anwendung von Yext Analytics und Knowledge Graph können Unternehmen benutzerdefinierte Inhalte sofort hinzuzufügen. Diese Inhalte, d. h. Antworten, basieren auf den neuen Fragen, die Kunden stellen. An jedem beliebigen Tag können interessante neue Fragen gestellt werden, die einem Unternehmen neue Informationen liefern. In Zeiten einer Krise können diese unvorhergesehenen Fragen jedoch Auswirkungen auf das Wohlergehen einer Person haben. **Bei Yext verstehen wir unter dem Bereitsein für Antworten auch das Bereitsein für Kunden – und zwar jederzeit**.

In der Tat hat Yext im Zuge der COVID-19-Krise selbst eine Vielzahl neuer Fragen von Kunden erhalten. Kunden aus allen Branchen haben jetzt spezifische Fragen zu Ihrer Sicherheit und Ihrem Wohlergehen:

Finanz-dienstleistungen	• Wie wirkt sich dieser Ausbruch auf den Aktienmarkt aus? Wie auf die Zinssätze? • Mit welchen Schritten sollten Kunden von Vermögensverwaltern auf die massiv gefallenen Aktienkurse reagieren? • Wird Ihr Kundensupport auch weiterhin rund um die Uhr zur Verfügung stehen? • Kann ich einen Geldautomaten auch dann benutzen, wenn die Filiale, in der er sich befindet, geschlossen ist? • Soll ich meine Hypothek refinanzieren, jetzt wo der Aktienmarkt rückläufig ist?
Fitnessbranche	• Wie halten Sie Ihre Fitnessstudios sauber? • Werden Kurse abgesagt oder verschoben? Falls ja, werden die Absagegebühren erlassen?
Gastronomie	• Sind Ihre Restaurants geschlossen? Wird Essen zum Mitnehmen oder ein Lieferservice angeboten? • Kann Ihr Essen ohne gesundheitliche Risiken verzehrt werden? Woher stammt es? • Welche Sauberkeitsstandards befolgen Sie, um die Ausbreitung von Krankheiten zu verhindern? • Bieten Sie Ihren auf Stundenbasis arbeitenden Beschäftigten bezahlte Krankheitstage an, damit Sie im Krankheitsfall zu Hause bleiben können?
Gesundheitswesen	• Empfangen Sie Patienten? • Sollten Patienten vorher anrufen oder einfach so in die Praxis kommen, wenn sie sich krank fühlen? • Führen Sie Tests durch? Falls ja, wo? • Wie schütze ich mich selbst? • Wann haben Sie für dringende Fälle geöffnet? Werden diese Zeiten verlängert?
Gastgewerbe & Tourismus	• Wie reinigen und desinfizieren Sie Ihre Zimmer, um die Ausbreitung von Krankheiten zu verhindern? • Werden die Stornierungsgebühren im Falle eines Krankheitsausbruchs erlassen? • Werden einige Ihrer Standorte geschlossen oder zu anderen Geschäftszeiten geöffnet sein? • Wo können Gäste Händedesinfektionsmittel oder Waschstationen finden? • Bieten Ihre Restaurants Essen zum Mitnehmen oder einen Lieferservice an? • Wird Ihr Kundensupport auch weiterhin rund um die Uhr zur Verfügung stehen?
Einzelhandel	• Sind Ihre Geschäfte geschlossen? Öffnen Sie zu eingeschränkten Geschäftszeiten? Welche Standorte sind betroffen? • Sind Ihre Produktbestände niedrig? Falls ja, welche/n Artikel haben Sie nicht vorrätig? Wann erwarten Sie die nächste Lieferung? • Bieten Sie Ihren auf Stundenbasis arbeitenden Beschäftigten bezahlte Krankheitstage an, damit Sie im Krankheitsfall zu Hause bleiben können?
Versand & Logistik	• Kommt es bei Ihnen zu Lieferverzögerungen? • Welche Produkte und Inhaltsstoffe sind verboten?
Telekommunikation	• Kommt es bei Ihnen zu Betriebsstörungen oder Ausfällen? • Erlassen Sie unter bestimmten Umständen die Zusatzkosten für Mehrnutzung?

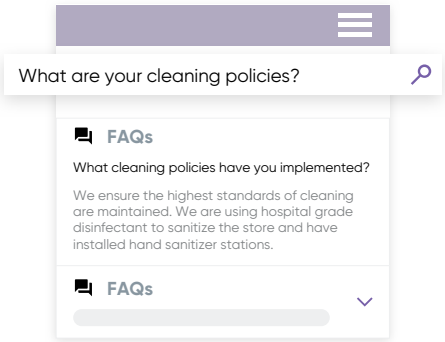
Während E-Mails also einen wichtigen „Erste Hilfe"-Kanal darstellen, **unterstützt Ihre Website Sie bei der Skalierung von Antworten** auf häufige Fragen und mindert gleichzeitig die Belastung anderer Unternehmensbereiche (wie des Kundenservices). Darüber hinaus verhilft Yext Ihnen in Echtzeit zu wertvollen Einblicken, durch die Sie agiler und kundenorientierter werden.

2. Ihre Website sollte Ihr MVP (Most Valuable Player) sein.

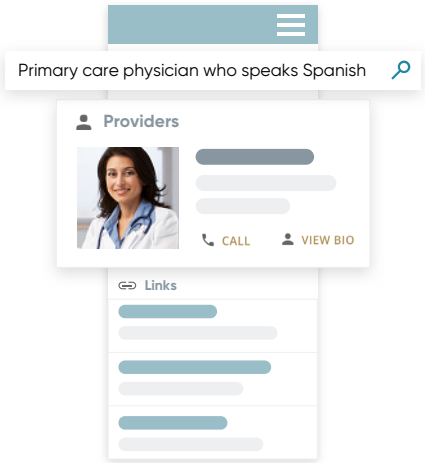
Wie bereits erwähnt, stellt Ihre Website eine unerlässliche Informationsquelle für Ihre Kunden dar – insbesondere in Zeiten einer Krise. **Yext Answers** bietet Menschen nicht nur ein einwandfreies Sucherlebnis, sondern auch die Möglichkeit, Ihnen jede Art von Frage zu stellen.

Im Gegensatz zur traditionellen Website-Suche, bei der Seiten auf Ihrer Website indiziert werden und eine Liste blauer Links herauskommt, liefert Yext Answers Ihren Kunden **direkte Antworten auf ihre Fragen**. Unternehmen wie IHA und BBVA nutzen das Programm beispielsweise, um wichtige Fragen zu ihren Richtlinien, Fachkräften und Produkten zu beantworten:

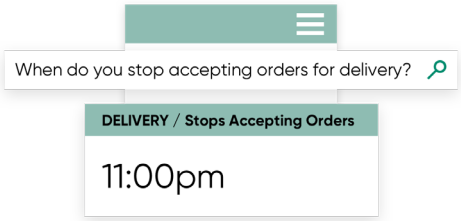
Häufig gestellte Fragen



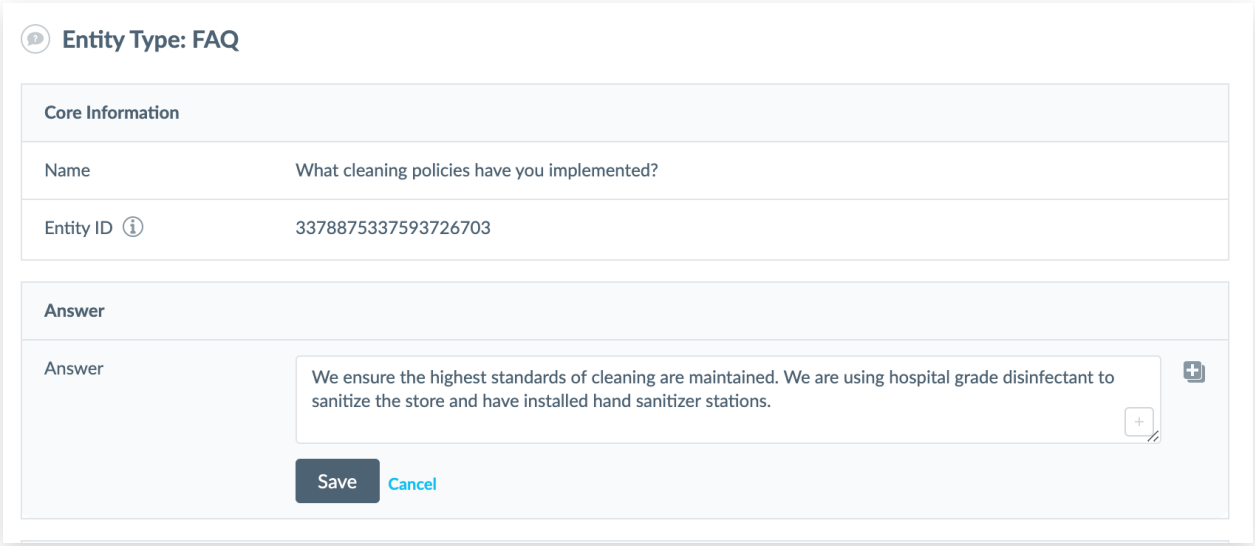
Liste



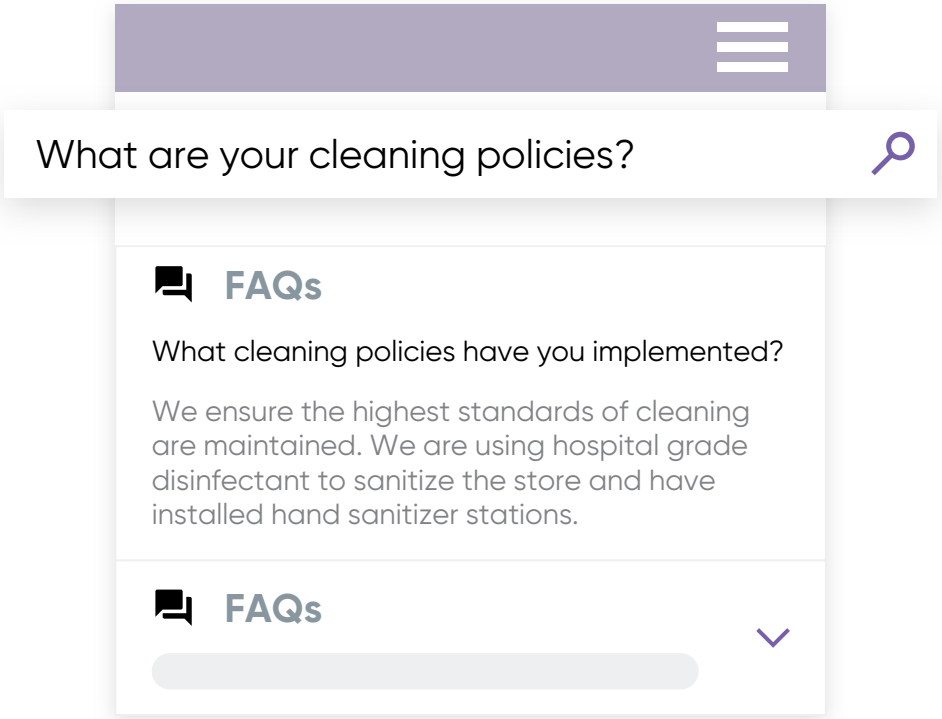
Factoid



Wenn Sie häufig gestellte Fragen (FAQs) zu Ihrem Answers-Erlebnis hinzufügen, können Sie Informationen während einer Krise schnellstmöglich veröffentlichen. Das können Sie direkt im Yext Knowledge Graph erledigen: Fügen Sie einfach eine FAQ-Entität hinzu und geben Sie den Text ein.

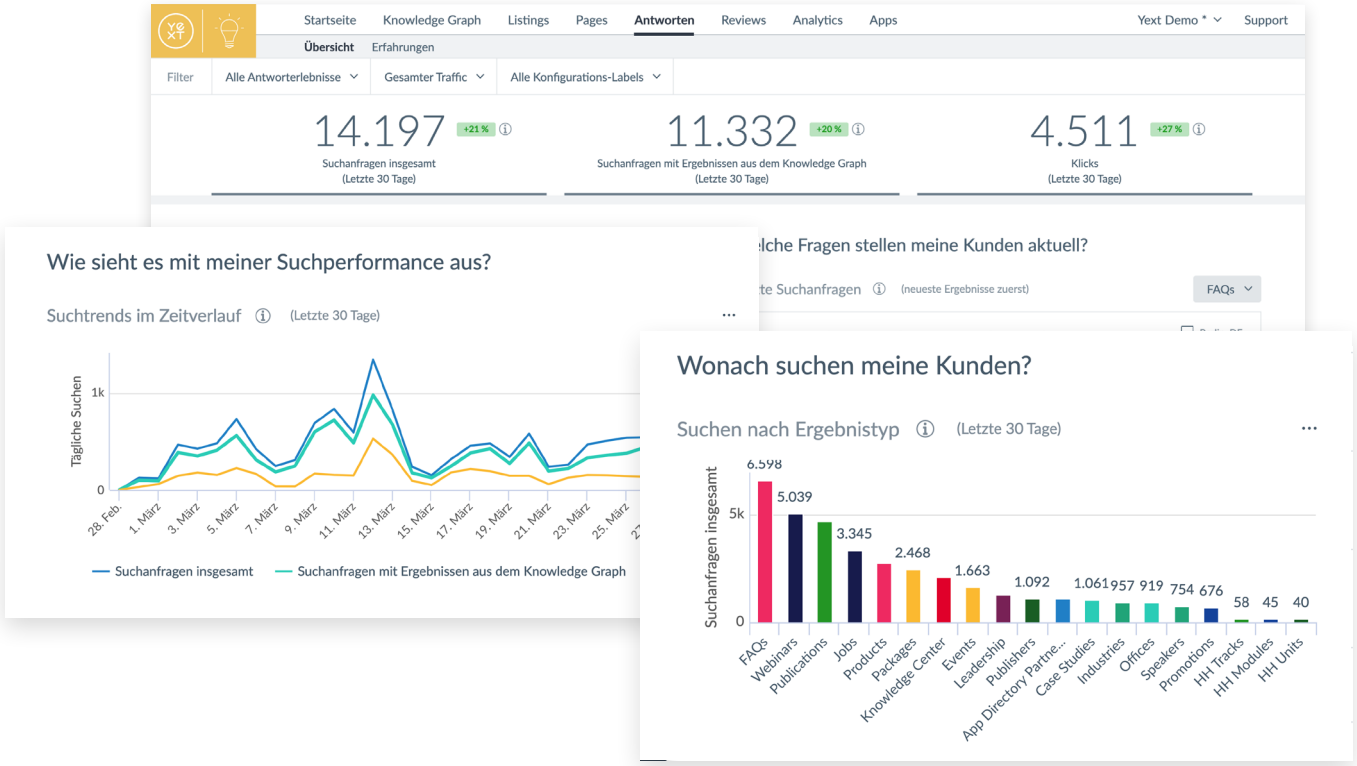


Diese FAQ wird dann in den Ergebnissen Ihres Answers-Erlebnisses erscheinen.



Zusätzlich zu den FAQs kann Ihr Answers-Erlebnis **dafür sorgen, dass Ihren Kunden immer die aktuellsten Informationen** zu Ihren Öffnungszeiten, zum Status von Events, zu Produkten und zu vielen anderen Details, die in Krisensituationen relevant sind und abweichen könnten, angezeigt werden. Dazu bearbeiten Sie die jeweiligen Angaben einfach direkt im Knowledge Graph und klicken anschließend auf „Speichern". Die Änderungen werden daraufhin automatisch in Ihre Answers-Ergebnisse eingepflegt, sodass ein Benutzer beim nächsten Mal auf seine Frage „Ist der Standort auf dem Kurfürstendamm noch geöffnet?" oder „Wurde die Nachmittagsvorstellung abgesagt?" sofort die richtige Antwort erhält.

Mit Yext Answers erhalten Sie zudem einen unglaublichen **Einblick in Ihren Kundenstamm**. Das Programm protokolliert alle auf Ihrer Website gestellten Fragen, auch diejenigen, die Sie heute nicht beantworten, und zeigt Ihnen an, worauf Ihre Kunden klicken und womit sie am häufigsten interagieren. Sie können also in Echtzeit nachvollziehen, was Ihren Kunden derzeit am wichtigsten ist. Dadurch eröffnet sich Ihnen die Möglichkeit, Ihre Content-Strategie entsprechend anzupassen und basierend auf der Kundenabsicht Änderungen an Ihrer Unternehmensstrategie vorzunehmen.



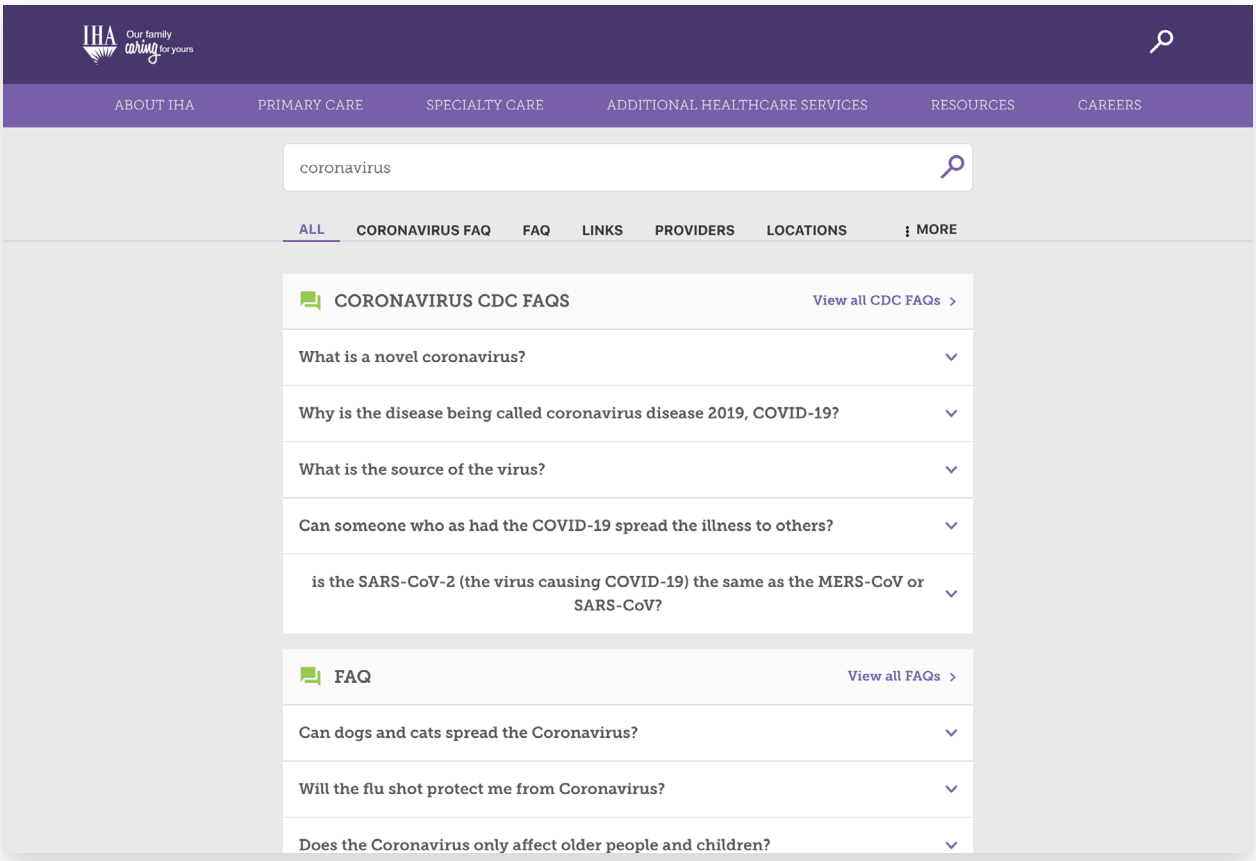
Von Fragen lernen

> „Dank Yext Answers können wir viel mehr Schlüsse aus Suchanfragen ziehen als zuvor. Wir haben bei den Anfragen Trends herausgearbeitet und daraus thematische FAQs erstellt, die Konversionsmöglichkeiten bieten, und auf diese Weise unser Antworttool befüllt. So sind uns beispielsweise verschiedene Suchkombinationen zu ein und demselben Thema wie „Rechnung bezahlen“ oder „Wie kann ich meine Rechnung online bezahlen“ aufgefallen. Auf Grundlage dieser Erkenntnisse haben wir dann eine einfache FAQ mit der Telefonnummer unserer Kundenbetreuung und einem Hyperlink zur Online-Bezahlung von Rechnungen in unserem Patientenportal erstellt.“
>
> – **Meghan Brescia**, Brand Strategy Manager, IHA

Und wenn Sie die perfekte Antwort nicht parat haben?

Sie kennen Ihre Marke am besten – allerdings werden auf Ihrer Website ab und an Fragen gestellt, die sich auf eine allgemeine Situation beziehen.

Während der COVID-19-Pandemie 2020 hat Yext allen Answers-Kunden ein kostenloses Plug-in zur Verfügung gestellt, um FAQs des US-amerikanischen Centers for Disease Control and Prevention (CDC) anzeigen zu können. Auf diese Weise konnten Gesundheitssysteme wie Integrated Health Associates (IHA) und Healthcare Associates of Texas ihre Patienten über aktuelle Leitlinien des CDCs informieren, ohne die Inhalte in ihren eigenen Knowledge Graph kopieren oder die Informationen jedes Mal aktualisieren zu müssen, wenn das CDC die Leitlinien änderte.



3. Im gesamten Web vertreten.

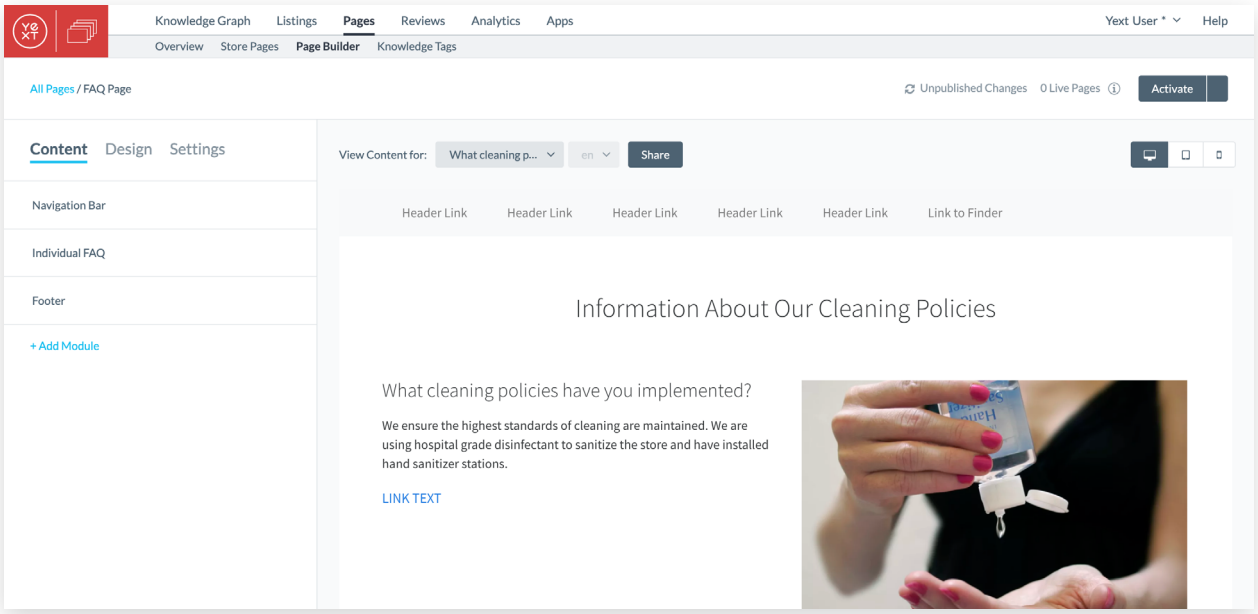
Mithilfe von **Yext Pages** und **Yext Listings** können Sie Kunden und neuen Benutzern, die Fragen über Google, Bing oder Amazon Alexa stellen, die richtige Antwort liefern – und diesen Traffic von einer Suchmaschine oder einem Sprachassistenten direkt zu Ihrer Website leiten.

Yext Pages ermöglicht es Ihnen, Landingpages auf der Grundlage von Kundenabsichten zu kreieren, die Rich-Suchergebnisse wie das unten abgebildete Snippet auf Google erzeugen. Sollte ein Kunde also eine Frage zu Ihrer Marke über die Suchmaschine eines Dritten stellen, so ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass Sie auch tatsächlich in den Suchergebnissen angezeigt werden.

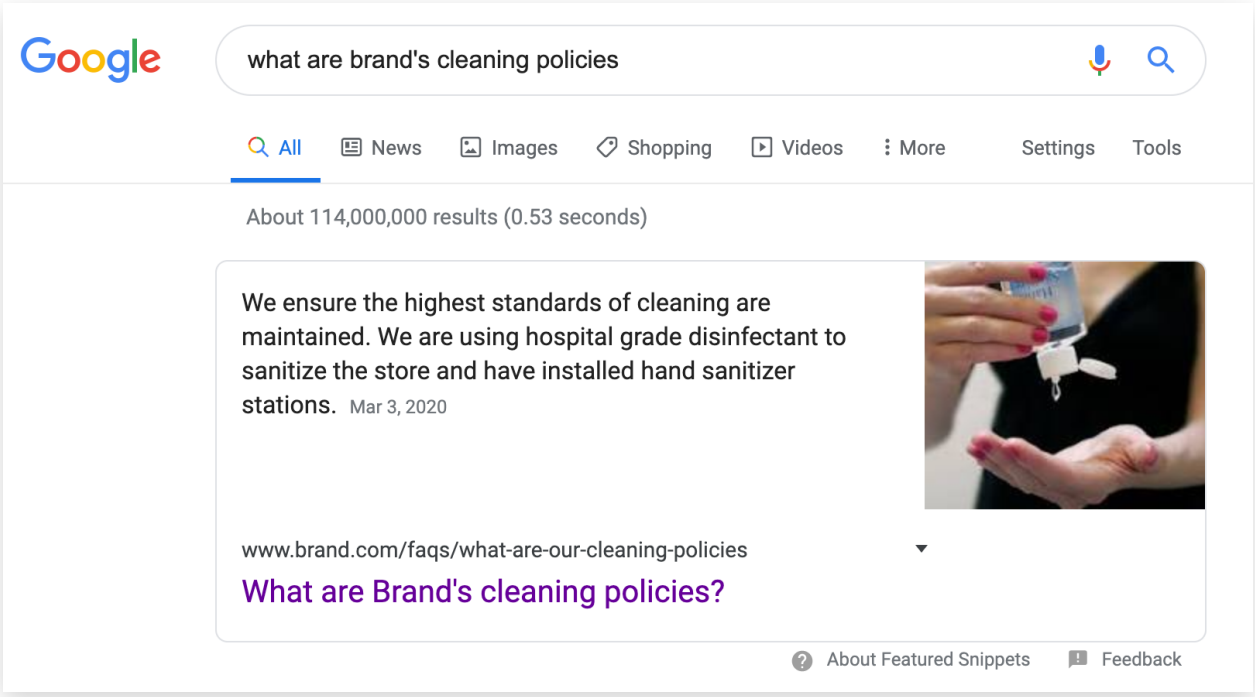
So könnte ein Telekommunikationsunternehmen z. B. eine Seite auf seiner Website erstellen, auf der es über aktuelle Ausfälle berichtet. Durch passende Schema-Tags auf der Seite erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass eine Suchmaschine für Suchanfragen wie „4G Ausfälle in Berlin" diese Seite (und möglicherweise sogar Rich-Snippets mit einigen der Seiteninhalte) anzeigt.

Das Hinzufügen von FAQs zu Ihrem Knowledge Graph bewirkt jedoch viel mehr als nur deren Anzeige in den Answers-basierten Suchergebnissen Ihrer Website. Sie können darüber hinaus **FAQ-Seiten** erstellen, um genau diese Fragen auch über Suchmaschinen von Drittanbietern zu beantworten.

Sobald Sie eine FAQ zu Ihrem Knowledge Graph hinzugefügt haben, verwenden Sie den Seiteneditor zur Erstellung einer Seite für diese FAQ. Passen Sie das Layout und die Benutzeroberfläche dem Rest Ihrer Website an, um eine nahtlose Erfahrung für Ihre Kunden zu schaffen.



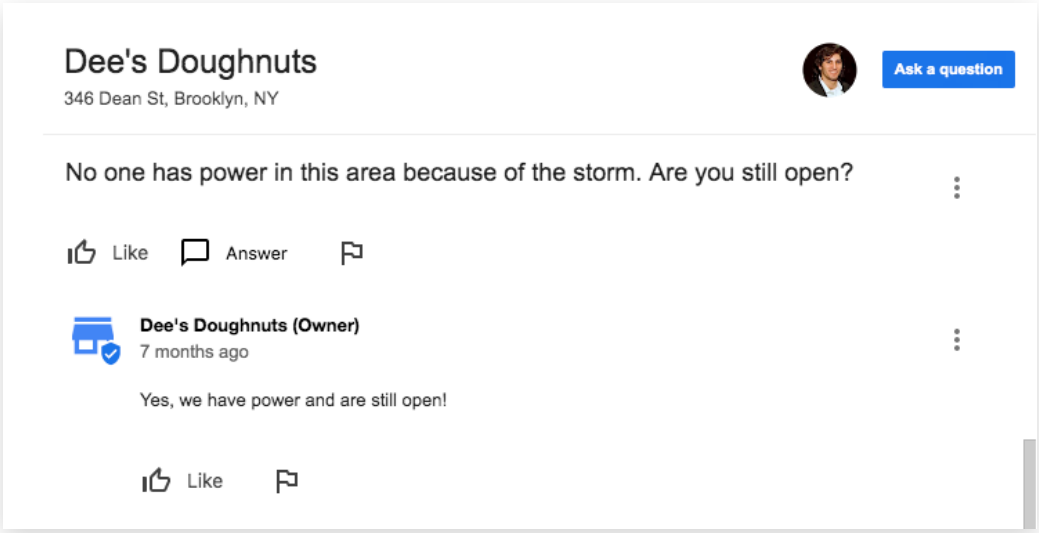
Ist die Seite erst einmal veröffentlicht und indiziert, sorgt das integrierte Schema.org-Markup dafür, dass Suchmaschinen wie Google sie mit einer höheren Wahrscheinlichkeit in den Suchergebnissen anzeigen, wenn mittels Fragen in Zusammenhang mit der FAQ gesucht wird.



Yext Listings synchronisiert die Daten in Ihrem Knowledge Graph direkt mit Suchmaschinen, Karten-Apps und digitalen Assistenten von Drittanbietern wie Google Maps, Amazon Alexa, Siri, Cortana und vielen mehr. Außerdem können Sie Ihre Karteneinträge bei bestimmten Diensten durch Multimediainhalte wie FAQs ergänzen.

Sollten Sie einen Standort vorübergehend schließen müssen, gehen Sie sicher, dass das digitale Ökosystem *nicht* davon ausgeht, dass er für immer geschlossen ist, indem Sie die Funktion *„Geschäftszeiten an Feiertagen"* verwenden. Wählen Sie dazu einfach den/die Standort/e aus, der/die zeitweise geschlossen werden soll/en.
Im Feld *„Geschäftszeiten an Feiertagen"* klicken Sie dann auf das entsprechende Datum und wählen *„Geschlossen"* aus. Diesen Vorgang wiederholen Sie dann für alle Tage, an denen der Standort geschlossen sein wird. Auf diese Weise erfahren die Suchmaschinen, dass Sie nur an diesen spezifischen Tagen, und nicht für immer, geschlossen haben. Wenn Kunden dann während der vorübergehenden Schließung über einen Dienst wie Google Maps nach Ihrem Unternehmen suchen, wird ihnen angezeigt, dass der Standort an diesem Tag geschlossen ist.

Google Q&A stellt ein weiteres wichtiges Feature dar, das Sie in Notsituationen in Erwägung ziehen sollten. Wussten Sie, dass Benutzer über Google Maps Fragen über ein Unternehmen stellen und sie dann selbst beantworten können? Dieser Inhalt wird dann auch anderen Benutzern von Google Maps angezeigt.



Statt die Beantwortung von Fragen zu Ihrem Unternehmen Benutzern zu überlassen, sollten Sie diese direkt – über Yext Listings – beantworten, um **im Internet zuverlässige Informationen zur Verfügung zu stellen**. Wenn Sie eine Frage beantwortet haben, können Sie diese im Anschluss proaktiv als FAQ hinzufügen. Bei ihrer nächsten Suche über Google Maps bekommen Kunden dann diesen Inhalt zu Ihrem Unternehmen zu sehen.

Achten Sie besonders auf die Art von Fragen, die Kunden während ihrer Suche stellen. Sie können Ihnen Trends aufzeigen, die relevant für die Inhalte sein werden, die Sie in der Zukunft veröffentlichen.

Die Verwendung von Yext in wetterbedingten Notsituationen

> „Als Hurrikan Florence über North und South Carolina tobte, waren Hunderte von unseren Standorten betroffen. Ich konnte damals einen täglichen Bericht mit Angaben zu geöffneten und geschlossenen Standorten oder einfach zu geänderten Öffnungszeiten an Yext senden. Die Informationen wurden dann von Yext schnellstmöglich online aktualisiert. Dadurch konnten die Leute auf Google sehen, welche Standorte tatsächlich geschlossen waren und wann sie wieder öffnen würden."
>
> – **Brook Warnhoff**, Senior Digital Marketing Specialist, Enterprise Holdings

Die Verwendung von Yext in wetterbedingten Notsituationen

> „In einer unserer Filialen gab es eine Überflutung, wonach wir sie bei allen großen Suchmaschinen als geschlossen markieren mussten. Wir mussten hierfür nicht bis zum nächsten Tag warten. Wir konnten es ganz automatisch vornehmen. Es ist diese Aktualität, die Yext auszeichnet."
>
> – **Glenn Zabal**, Senior SEO Manager, Tailored Brands

4. Halten Sie alle Systeme auf dem neuesten Stand.

Der Yext Knowledge Graph optimiert nicht nur das Sucherlebnis, sondern lässt sich auch mit anderen Systemen, die Sie zur Verwaltung Ihres Unternehmens nutzen, verbinden. Mithilfe des App Directory und den robusten APIs von Yext können Sie wichtige Updates mit anderen Systemen wie Ihrem Chatbot, dem Supportcenter, dem Facility-Management und vielen weiteren teilen. So gehen Sie sicher, dass Sie **jederzeit über eine integrierte Kommunikation verfügen**. Dies ist vor allem während einer Krisensituation von entscheidender Bedeutung, da für alle dieselben Informationen zur Verfügung stehen müssen.

- Sie haben einen Chatbot auf Ihrer Website? Dann erlauben Sie ihm, alle aktuellen Daten aus Ihrem Knowledge Graph zu ziehen. Yext verfügt über vorkonfigurierte Integrationen mit *LivePerson, Snaps, Guestfriend, Voicify* und *Octane AI*.

- Verbinden Sie den Knowledge Graph mit *Smartling*, um Ihre Inhalte zu übersetzen.

- Überprüfen Sie mit Apps von *Olo, OpenMenu, Certistar* und *Trabon MenuNet*, ob Ihre aktuelle Speisekarte auch wirklich überall aktuell ist.

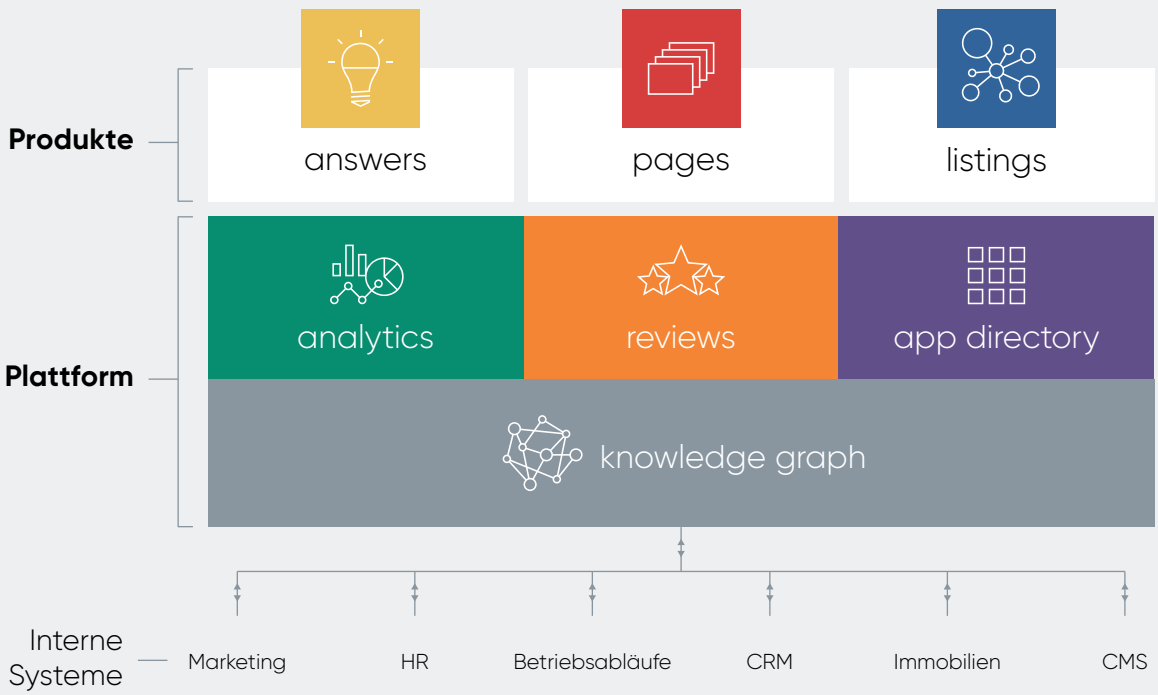
Eine Liste aller schlüsselfertigen Integrationen mit anderen Unternehmenssystemen, die Yext bereitstellt, finden Sie unter **apps.yext.com**. Wie Sie eine benutzerdefinierte Integration erstellen, erfahren Sie auf **developer.yext.com**.

Die Yext Search Experience Cloud

Die Mission besteht darin, perfekte Antworten bereitzustellen – auf allen Plattformen. Dabei ermöglicht die Search Experience Cloud von Yext es Ihnen, die Kontrolle über Ihre im Internet verfügbaren Unternehmensinformationen zu übernehmen. Durch die Bereitstellung vollständiger und korrekter Antworten auf Ihrer Website – und darüber hinaus auf Suchmaschinen, Karten, Apps, Sprachassistenten und Chatbots – unterstützt Yext Sie dabei, die Kontrolle über die Customer Journey zurückzugewinnen und Ihre wichtigsten Updates sichtbar zu machen, unabhängig davon, wo danach gesucht wird.

Die Grundlage unseres Angebots bildet der **Yext Knowledge Graph** – die zentrale Quelle aller öffentlichen Informationen über Ihr Unternehmen. Mit dem Knowledge Graph können Sie alle Informationen über Ihre Marke selbst erstellen, verbinden und optimieren, um die Fragen Ihrer Kunden zu beantworten. Marken auf der ganzen Welt verwenden den Yext Knowledge Graph, um Informationen von Filialstandorten und offenen Stellen über Menüpunkte und ihre Nährwertinformationen bis hin zu Ärzten und ihren Fachgebieten sowie Bildungsgraden zu verwalten. Wenn diese Unternehmen neue Filialen eröffnen, neue Events veranstalten oder offene Stellen ausschreiben, können sie diese ganz einfach ihrem Knowledge Graph hinzufügen.

Zusätzlich zum Knowledge Graph stehen Ihnen weitere Services zur Verfügung, die Ihren Kunden genau dort Antworten bereitstellen, wo sie suchen. **Yext Answers** ermöglicht ein Sucherlebnis mit natürlicher Sprache auf Ihrer Website und anderen markeneigenen Webpräsenzen, auf denen Kunden Ihren Knowledge Graph durchsuchen und direkte Antworten erhalten können. **Yext Pages** erlaubt es Ihnen, dynamische Landingpages für Ihre Geschäfte, Events, Ärzte, Geldautomaten oder jegliche weitere Informationen innerhalb Ihres Knowledge Graphs zu erstellen. So gewährleisten Sie optimale Suchergebnisse. Mithilfe von **Yext Listings** können Sie Ihren Knowledge Graph direkt mit mehr als 150 Sprachassistenten, Karten-Apps und anderen Drittanbietern wie Google Maps, Amazon Alexa, Bing, Facebook und vielen weiteren verbinden.



In Zeiten einer Krise oder großer Ungewissheit müssen Sie Ihre Kunden und die breite Öffentlichkeit auf dem Laufenden halten. Das bedeutet allerdings nicht, dass Sie sich ausruhen sollten, sobald sich die Situation wieder etwas beruhigt hat. Wenn Sie das bestmögliche Kundenerlebnis über das gesamte Such-Ökosystem hinweg bieten möchten, lassen Sie Ihre Kunden niemals im Dunkeln tappen – und das kann nur zu stärkeren Geschäftsbeziehungen führen.

Gehen Sie auf **nowronganswers.com**, um unser Answers-Produkt kostenlos zu testen. Wenn Sie noch auf der Suche nach einer geeigneten Lösung sein sollten, lesen Sie doch unseren Leitfaden ***Ihre Checkliste zur optimalen Search Experience Platform***. Bei weiteren Fragen können Sie sich gerne jederzeit an Ihren Yext-Ansprechpartner wenden.

Die Customer Journey beginnt mit einer Frage – und Tag für Tag suchen Kunden nach entsprechenden Antworten zu bestimmten Marken. Leider erhalten sie zunehmend falsche oder irreführende Informationen aus Quellen, die nicht direkt von der Marke stammen. Yext, die Search Experience Cloud, unterstützt Marken dabei, direkte Beziehungen zu ihren Kunden wieder aufleben zu lassen und vorhandene zu pflegen. Unsere Aufgabe ist es, perfekte Antworten an allen Orten bereitzustellen. Dabei ermöglicht Yext es Unternehmen, durch Brand-verifizierte Antworten auf Suchanfragen direkt an der Quelle die Kontrolle über ihre Fakten online zu erlangen – und das ganz egal, wo Kunden gerade etwas suchen. Firmen wie Sixt, Marriott, Jaguar-Land Rover sowie Unternehmen in aller Welt nutzen Yext, um – beginnend mit ihrer eigenen Website – die Kontrolle über die Customer Journey zurückzugewinnen.

Yext wurde von Fortune und Great Place to Work® als „Best Place to Work" sowie als „Best Workplace for Women" ausgezeichnet. Der Hauptsitz von Yext befindet sich in New York City und das Unternehmen verfügt über Niederlassungen in Amsterdam, Berlin, Chicago, Dallas, Genf, London, Miami, Mailand, Paris, San Francisco, Shanghai, Tokio und im Großraum Washington D.C.

Weitere Informationen erhalten Sie auf **yext.de**.