

Beim Outletstore mit Reise-Weblog warten 30 Euro Belohnung

ferienfabrik.de strahlt in ,erwachsenem' Glanz

Essen, 17. Oktober 2006. Ab sofort strahlt die Internetseite von ferienfabrik.de in neuem Glanz. In den vergangenen fünf Wochen hat ferienfabrik.de ein frisches, neues Gesicht und einige innovative Elemente bekommen. In einem Reise-Weblog sollen Kunden gute wie schlechte Urlaubserfahrungen austauschen können. Kritisches werde man nicht 'zensieren', erklärt ferienfabrik.de-Geschäftsführer Heiko Rettke, sondern man werde an den Kritikpunkten arbeiten. Und das lohnt sich sogar für die Kunden: Jeden aufgenommenen Hinweis, der zur Beseitigung eines Fehlers oder einer Verbesserung führt, will ferienfabrik.de mit 30 Euro belohnen. Außerdem erweitert der Reise-Outletstore sein Angebot um den Bereich Reiseführer. Neben einem Reiseführer-Shop können Kunden auch direkt bei Ihrer Buchung den passenden Reiseführer zum Ziel bestellen – ganz ohne Suche. Und schließlich bietet die neue Seite eine Menge mehr Informationen zu den unterschiedlichen Reisezielen, denn in Zusammenarbeit mit travel-IT hat ferienfabrik.de nun auch die Online-Enzyklopädie Wikipedia integriert. Entwickelt hat die neue Seite die renommierte Ostteam GmbH aus Erfurt. Das Konzept entstand in einer engen Kooperation zwischen den beiden Firmen. „Wir haben nicht nur eine neue Seite, sondern eine komplett neue Corporate Identity entwickelt. ferienfabrik.de hat jetzt ein eigenes, viel ‚erwachseneres‘ Gesicht“, erklärt der Leiter des Bereichs Internet bei ferienfabrik.de, Timo Krause, das Projekt. Nicht nur bei der sinnvoll und harmonisch angeordneten Navigation haben die Entwickler ihr Augenmerk auf höchste Nutzerfreundlichkeit und größten Suchkomfort gelegt.

.

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gern zur Verfügung und wir hoffen auf eine gute Zusammenarbeit mit Ihnen.