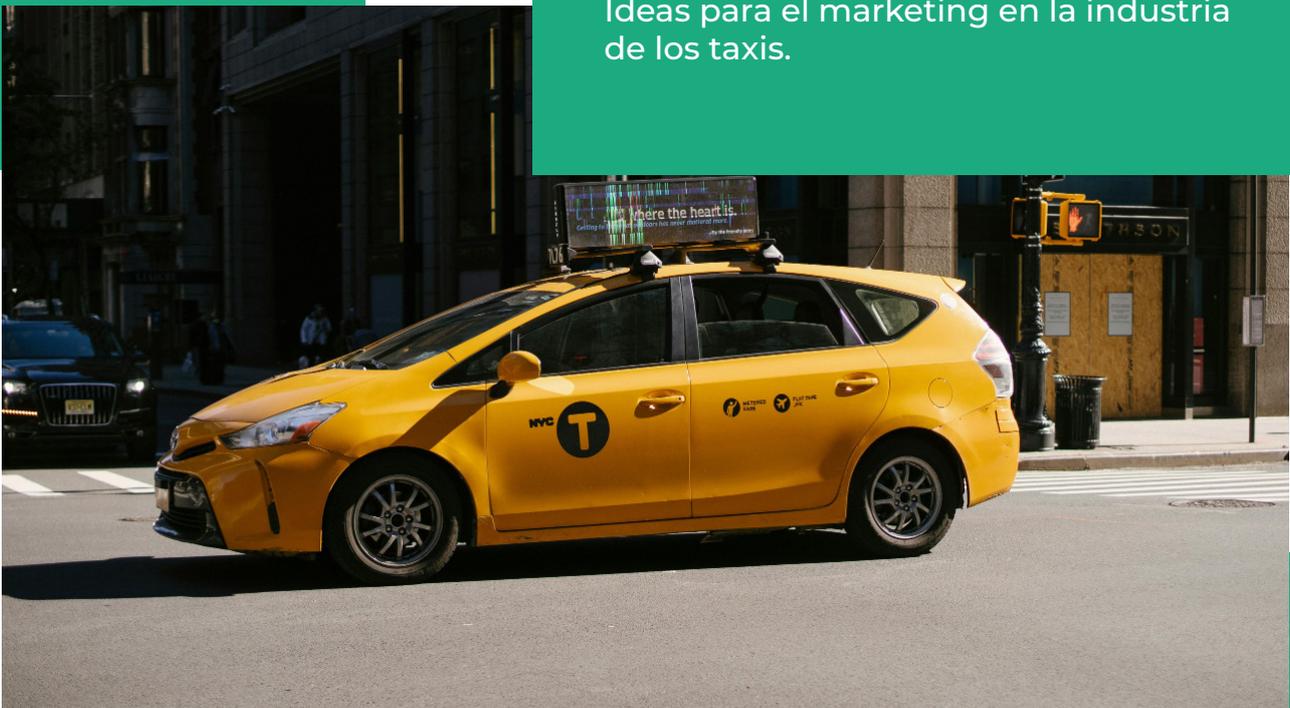


¿CÓMO PROMOCIONAR MEJOR UNA EMPRESA DE TAXIS?

Ideas para el marketing en la industria de los taxis.



¿Qué canales de comunicación elegir?

Dirige la empresa mejor que Uber o Bolt.

Consejos e inspiraciones interesantes para la industria de los taxis.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1

Introducción

2

Marca única

Fundamentos de relaciones públicas para destacar

3

Cliente local leal

Enfoque en los clientes más rentables

4

Aplicación móvil

Compite con los más grandes

5

Publicidad en línea

6

Tiskel Cloud

01

Introduction

Décadas de experiencia y observación del mercado nos han permitido desarrollar estrategias efectivas para empresas de taxis como la tuya. Si estás buscando formas de mejorar y expandir tu negocio, estás en el lugar adecuado. En las siguientes páginas, encontrarás valiosas recomendaciones y la información más relevante en cuanto a marketing digital y relaciones públicas.

Preparamos este material para aquellos que buscan transformar su empresa de taxis en una fuerza competitiva en el mercado. Si ya eres un experto en marketing, tal vez no encuentres novedades aquí, pero si hay áreas donde crees que puedes mejorar, te invitamos a explorar nuestras ideas para optimizar tu estrategia de marketing.

¿Estás listo para empezar esta emocionante aventura hacia el crecimiento y éxito de tu empresa de taxis?



02

Marca única

Tienes una ventaja que la mayoría de las empresas en el mundo enviaría. ¡Tu empresa es visible en cada calle de tu ciudad! Y eso es literalmente cierto.

Tus taxis recorren las calles de cada barrio. No se trata solo de publicidad en vallas o en internet, sino de un contacto físico diario con los clientes. Pero, ¿estás aprovechando esta ventaja al máximo?

Ser visible es importante, pero ser memorable es algo completamente distinto. Para la mayoría de la gente, un taxi es solo un medio rápido para ir del punto A al punto B. Tú quieres que tu empresa sea

la primera opción cuando necesitan un viaje. Pero, ¿cómo lograrlo? ¿Cómo hacer que tu empresa no sea solo otro taxi en la calle, sino una marca que se destaque entre la multitud?

La respuesta está en construir una marca.



MARCA ÚNICA

Define la identidad de tu marca



Reflexiona sobre lo que hace que tu empresa sea única. ¿Ofreces viajes más rápidos, conductores amigables, vehículos ecológicos o quizás tienes modelos exclusivos en tu flota? Define tus características distintivas y comunícalas consistentemente en todos tus materiales de marketing.

Logo e identidad visual



Tu logo y estética general son fundamentales para la reconocibilidad de tu marca. Asegúrate de que sean sencillos pero al mismo tiempo originales y fáciles de recordar. Intenta utilizar una paleta de colores y gráficos que reflejen la personalidad de tu empresa. Además, aquí es donde puedes aprovechar tus vehículos. Un color uniforme y distintivo en cada taxi es clave para que tu marca sea reconocida rápidamente.

Coherencia en el mensaje



Ya sea que tengas un sitio web, una aplicación móvil o publicidad en vallas, tu mensaje y tono deben ser coherentes. Los clientes deben saber que están recibiendo servicios de una marca sólida y consistente.

Construye relaciones con los clientes



No olvides las interacciones con los clientes como parte de tu marca. Cuida las experiencias positivas de los clientes, responde a las opiniones y comentarios, y asegúrate de que los clientes se sientan valorados y reconocidos.

Crear una marca fuerte no solo atrae clientes, sino que también construye lealtad y confianza. Recuerda que tu marca no se limita solo al logo y la estética; también abarca todo lo que representa: los valores y la filosofía de tu empresa.

03

Cliente local leal

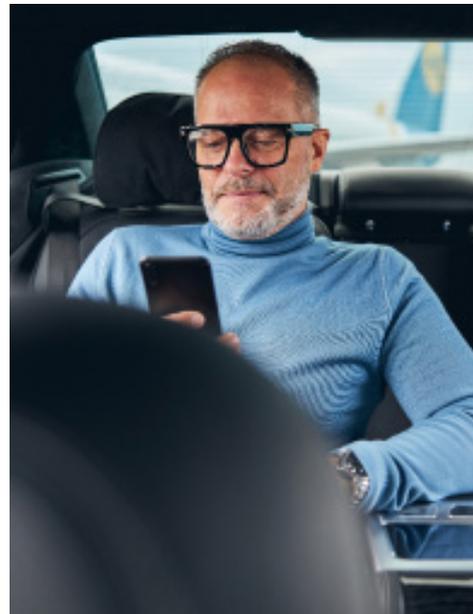
La segmentación de clientes es esencial. Si estás orientado hacia los turistas, debes enfrentarte a una competencia seria como Uber, Bolt, FreeNow y otras innovaciones similares.

Nie ma sorpresa. Los pasajeros que no conocen la ciudad quieren moverse de manera rápida y cómoda del punto A al punto B sin tener que buscar una empresa de taxis en tu ciudad. Por eso eligen aplicaciones conocidas que funcionan de la misma manera en todo el mundo.

Seguro que habrá clientes más tradicionales que usen recomendaciones, lean artículos donde vean el nombre de tu empresa, o busquen „taxi Wrocław” en internet. No es fácil competir por los turistas. Hablaremos de publicidad más adelante, pero ahora nos centraremos en tus clientes más leales, los residentes de la ciudad, a quienes solo necesitas convencer una vez.

Los residentes de la ciudad elegirán tus servicios si son mejores que los de la competencia. Tienes mucho más tiempo para demostrarles esto en comparación con los turistas que solo estarán unos días en la ciudad.

Asegúrate de que tu marca sea visible en las calles. Invierte en una buena identificación visual, adhesivos en los vehículos y genera emociones positivas en los clientes. Una vez que te den la oportunidad, construye relacio-



Los residentes de la ciudad elegirán tus servicios si son mejores que los de la competencia.

Enfócate en construir reconocimiento entre los residentes de tu ciudad. El siguiente paso será maximizar la satisfacción del viaje. De esta manera, crearás una red de clientes leales que estarán dispuestos a utilizar tus servicios con gusto.

nes con ellos. La lealtad se gana proporcionando servicios de alta calidad y personalizando las experiencias.

Aquí tienes algunas estrategias para construir la lealtad de tus clientes locales:

Apunta a que los clientes te elijan. Y una vez te conozcan, no los dejes ir.

Compréhension des besoins locaux

Apprenez à connaître vos clients et comprenez ce dont ils ont besoin. Les résidents peuvent avoir des préférences pour les itinéraires, les temps d'attente, les modes de paiement ainsi que pour des services supplémentaires tels que la livraison de colis, les petites courses, le chargement de batteries, etc. Lorsque vous êtes en mesure d'offrir des services supplémentaires, assurez-vous que ces options sont visibles, par exemple dans votre application mobile, sur votre site web, sur les publicités sur les véhicules, sur les réseaux sociaux, etc.

Appréciez vos clients, et ils reviendront vers vous.

N'oubliez pas vos clients réguliers. Trouvez des moyens de personnaliser leurs expériences en offrant par exemple un programme de fidélité, des promotions spéciales, des avantages supplémentaires pour les clients fidèles, et des remerciements sous forme de mailings, de publications, etc.

Engagement communautaire

Soyez actif au sein de la communauté locale. Soutenez les événements locaux, les organisations caritatives et les événements culturels. Votre implication dans la vie communautaire contribuera à construire une image positive de votre marque, à gagner la confiance des résidents et, en prime, vous pourriez obtenir l'exclusivité pour les transports lors d'événements spécifiques, permettant ainsi aux clients de mieux vous connaître !

Soins à la clientèle

Assurez un excellent service aux passagers à chaque étape de leur interaction - de la commande du taxi à la fin du trajet, voire au-delà. Les expériences positives des clients sont essentielles pour construire la fidélité et l'image positive de votre marque.

Los residentes locales son clientes más rentables que los turistas. El costo de adquisición y fidelización de un residente es considerablemente menor. Para asegurar que el cliente regrese, es preferible que instale la aplicación móvil. El próximo capítulo aclarará este tema.

04

Aplicación móvil

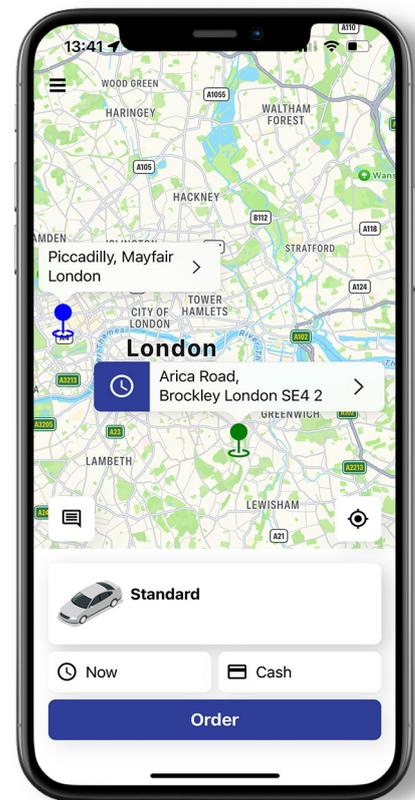
Nous consacrons tout un chapitre à l'application mobile car ta plus grande concurrence se trouve exclusivement sur les applications mobiles. Tu comprends parfaitement de quoi il s'agit !

Si no estás convencido por este tipo de aplicaciones, piénsalo seriamente de nuevo. Sin una aplicación móvil, estás perdiendo clientes que no quieren llamar a la central de taxis y hablar con alguien. Hay muchas personas así, especialmente entre las generaciones más jóvenes.

También es una solución conveniente para los pasajeros. No necesitan verificar dónde están, la aplicación detecta automáticamente su ubicación. Pueden seguir el taxi, conocer la marca

y el modelo del vehículo, los números de matrícula e incluso contactar directamente al conductor. Es realmente una solución ideal para los clientes, pero también una oportunidad increíble para ti.

Si alguien descarga tu aplicación, ¡sabes que viajará contigo más frecuentemente! No puedes dejar pasar esta oportunidad, por eso:



La aplicación debe ser moderna, minimalista e intuitiva. Además, es preferible que se asemeje a la de Uber o Bolt. Esto envía una señal clara al cliente de que está tratando con una empresa seria, que comprende, cuida y respeta a su pasajero. En el mercado, hay solo un proveedor de una aplicación así, ¡sí, es Tiskel! No escatimes en esta etapa, ya que los costos de implementación se amortizarán rápidamente.

Promoción de la aplicación móvil

Redes sociales

Aprovecha al máximo el potencial de las plataformas sociales como Facebook, Instagram y Twitter para promover tu aplicación. Publica regularmente mensajes que fomenten la descarga de la aplicación y destaquen sus ventajas frente a la competencia. Utiliza también anuncios gráficos para resaltar las características únicas de tu aplicación.

Sitio web

Coloca un botón o banner claro en tu sitio web que anime a los usuarios a descargar la aplicación. Describe los beneficios de la aplicación y explica por qué es beneficioso tenerla en sus dispositivos.

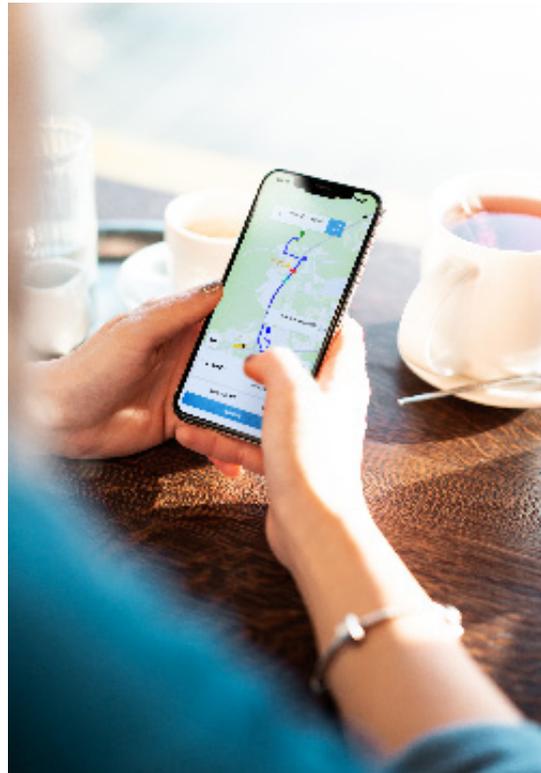
Códigos QR

Incorpora códigos QR dentro de los vehículos y en materiales promocionales como volantes y tarjetas de presentación. Es una forma rápida y conveniente de permitir que los clientes descarguen directamente la aplicación en sus dispositivos mientras viajan.

Colaboraciones y promociones

Trabaja en colaboración con empresas locales y organizaciones para promover tu aplicación móvil. Organiza promociones como descuentos o viajes gratuitos para los usuarios que descarguen la aplicación y realicen su primera reserva.

Invertir en la promoción de tu aplicación móvil puede ofrecer beneficios significativos a tu empresa al aumentar el número de descargas y la actividad de los usuarios. No dudes en



utilizar diversos canales publicitarios para alcanzar a un amplio público de clientes potenciales. Recuerda que esta inversión busca adquirir clientes leales que utilicen tus servicios repetidamente.

Bono

¡No olvides mantenerte en contacto con tus clientes! Envía notificaciones sobre promociones, saludos, etc. También puedes considerar anuncios pagados dirigidos a los usuarios que han descargado tu aplicación.

05

Publicidad en línea

Traduce al español: „Si no sabes lo que son Google Ads, el SEO (optimización para motores de búsqueda) o la publicidad en Facebook e Instagram, tienes mucho que poner al día.”

Claro, aquí tienes la traducción al español:

„El elemento clave es tu sitio web, así como su optimización para motores de búsqueda. Quieres que tu número de teléfono aparezca cuando alguien busca „Taxi Wrocław” en Google. Aquí tienes algunos consejos técnicos que pueden ayudarte:

1. Establece el título de tu página (title) como: „Tu Taxi Wrocław - 123 456 789”
2. Asegúrate de incluir el logo de tu empresa en el sitio web. El logo debe ser simple, con un color distintivo; los taxis suelen asociarse con el amarillo, pero es solo una sugerencia.
3. Todo tu sitio web debe contener palabras clave como „Taxi Wrocław”, „transporte en Wrocław”, etc. Crea títulos, descripciones y textos relevantes.
4. La estructura de la página es crucial: no se trata solo de una simple tarjeta de visita en línea, sino de un espacio web desarrollado. Crea varias subpáginas como „Acerca de nosotros”, „Contacto”, „Pasajeros”, „Colaboraciones”, y dentro de estas, subpáginas más específicas como „Historia”, „Noticias”, „Vehículos”, etc. Esto hará que tu sitio web sea más atractivo, con más contenido y palabras clave, mejorando así su posicionamiento en los motores de búsqueda.”



PUBLICIDAD EN LÍNEA

La tarjeta de presentación en Google es indispensable. Es el lugar donde los clientes pueden ver las reseñas sobre la empresa, las estrellas, el número de teléfono y el enlace al sitio web. ¡Es imprescindible! Es uno de los medios para alcanzar a los viajeros.

Google Ads es una excelente manera de llegar a los viajeros que no conocen tu empresa. Gracias a esto, aparecerás en la parte superior de los resultados cuando alguien busque una palabra clave (tú eliges los anuncios en el motor de búsqueda). Sin embargo, configurar anuncios sin reflexión no tiene mucho sentido, especialmente si no son convincentes, sin logo ni contenido. Es una pérdida de dinero. Debes crear un anuncio desde cero. Piensa a quién te estás dirigiendo con tus textos. ¡Es recomendable contratar a alguien que se encargue de esto de manera profesional!

Los anuncios en redes sociales como Instagram, Facebook, TikTok o Twitter pueden aumentar tu visibilidad. Si no eres una persona creativa y no quieres contratar a alguien, puedes considerar administrar estos canales tú mismo. Esto definitivamente añade valor, pero no esperes milagros. Puedes simplemente promover imágenes en tus canales. Estos anuncios pueden llegar a los residentes si son coherentes con tu comunicación.

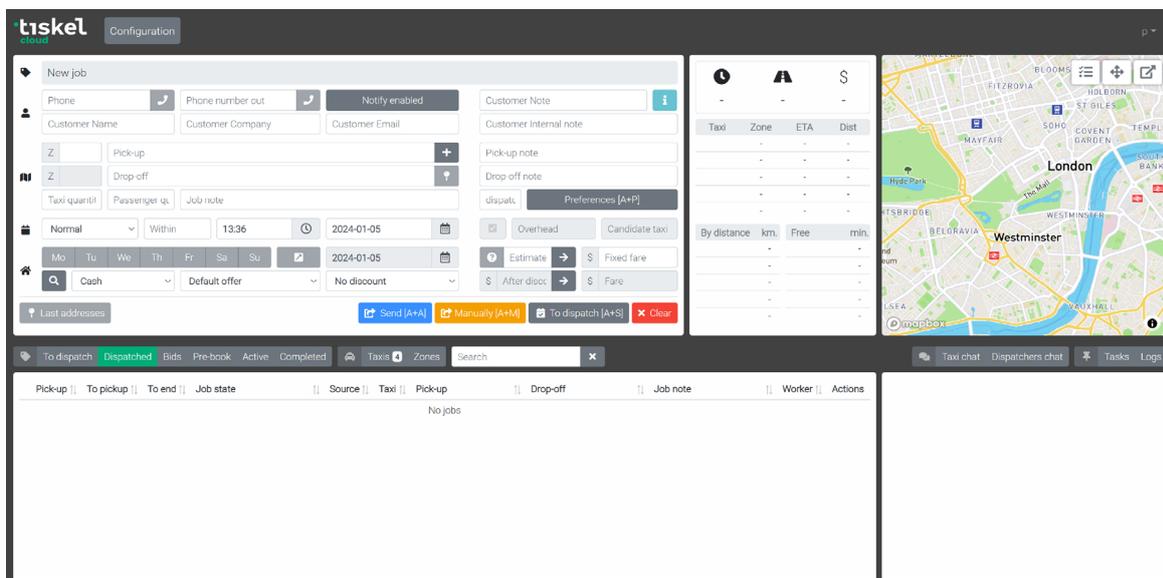
Si participas en actividades locales o caritativas, también comparte estas actualizaciones y permite que otros te identifiquen. Además, si proporcionas servicios a otras empresas, considera gestionar un perfil en LinkedIn. Por supuesto, puedes duplicar publicaciones de Instagram, Facebook y LinkedIn, y utilizarlos exclusivamente como canales para promoción pagada. Sin embargo, si no planeas involucrarte en otra cosa, simplemente gestiona una cuenta en Facebook. Esto te permite realizar campañas publicitarias pagadas, mantener a tus clientes informados sobre cambios y permitir que otros etiqueten tu empresa. Si optas por esta opción, publica solo contenido de alta calidad: buenas fotos y descripciones breves.



06

Tiskel Cloud

El sistema más popular para las empresas de taxis en Polonia. Una solución avanzada que garantiza un funcionamiento fluido para los conductores, los despachadores y los administradores. Ofrece la aplicación de pedido de taxis más moderna del mercado.



El sistema que impulsa las empresas de taxis en Polonia

500⁺

Las empresas de taxis

Tiskel Cloud es una herramienta moderna de gestión de operaciones de despacho que ofrece una amplia gama de funcionalidades. Con cerca de 1100 parámetros configurables, permite trabajar de manera flexible en casi todas las situaciones.

¿Necesitas que los conductores respondan a las llamadas, ajustar rápidamente las tarifas de los viajes o simplificar la gestión de pagos? Con Tiskel Cloud, todo esto se hace con un solo clic. El sistema también facilita la comunicación con conductores individuales o grupos de conductores, así como la creación de informes listos para usar y análisis en forma de

20 000⁺

Los conductores

tablas y gráficos prácticos.

Además, Tiskel Cloud ofrece

- Reducción de costos con un despachador virtual
- Distribución equitativa de pedidos
- Sistema fácil de usar con más de 1100 parámetros configurables
- Acceso a informes y análisis listos para usar
- Soporte técnico disponible las 24 horas, los 7 días de la semana

Para obtener más información, visita [Tiskel.com](https://www.tiskel.com)

• **tiskel**

