tiskel

COMMENT MIEUX PROMOUVOIR UNE ENTREPRISE DE TAXI ?

Conseils et inspirations intéressants pour le secteur des taxis

Quels canaux de communication choisir ?

Dirigez l'entreprise mieux qu'Uber ou Bolt.

Des conseils et inspirations intéressants pour le secteur des taxis

tiskel

TABLE DES MATIÈRES

1 **Introduction**

2 **Une marque unique**

Les bases du PR qui vous permettront de vous démarquer

3 **Client local fidèle**

Concentrez-vous sur les clients les plus rentables

4 **Application mobile**

5 **Publicité en ligne**

Vérifiez si vous vous faites bien de la publicité.

6 **Tiskel Cloud**

01

Introduction

Découvrez comment développer mieux votre entreprise de taxi. Faites confiance à notre expérience et à nos observations du marché depuis plus de 10 ans !

Bienvenue dans une aventure passionnante qui vous permettra de développer votre entreprise de taxi. Nous avons préparé un ensemble de précieux conseils et d'informations clés en matière de marketing numérique et de relations publiques.

Si vous pensez que votre entreprise est déjà un génie du marketing, ne perdez pas votre temps avec cette publication. Cependant, si vous pensez qu'il y a des améliorations à apporter, les prochaines pages vous guideront à travers nos idées pour améliorer le marketing dans votre entreprise.

02

Une marque unique

Vous avez un avantage que la plupart des entreprises dans le monde vous envieraient. Votre entreprise est visible dans toutes les rues de votre ville ! Et littéralement.

Vos taxis circulent dans les rues de chaque quartier. Ce n'est pas seulement une publicité sur les panneaux d'affichage ou sur internet - c'est un contact quotidien, physique avec les clients. Mais exploitez-vous pleinement cet avantage ?

Être aussi visible est une chose, mais être mémorable en est une autre. Pour la plupart des gens, un taxi reste un taxi - un moyen rapide de se rendre de point A à point B. Vous voulez que votre entreprise soit la première à laquelle ils pensent dès qu'ils ont besoin d'un trajet. Mais comment y parvenir ? Comment faire en sorte que votre entreprise ne soit pas simplement un autre taxi dans la rue, mais une marque qui se distingue de la foule ?

La réponse réside dans la construction de la marque.

UNE MARQUE UNIQUE

Définissez l’identité de votre marque.

Réfléchissez à ce qui rend votre entreprise unique. Proposez-vous des trajets plus rapides, des chauffeurs amicaux, des voitures écologiques ou peut-être avez-vous des modèles uniques dans votre flotte ? Définissez vos caractéristiques distinctives et communiquez-les de manière cohérente dans tous vos supports marketing.

Logo et identité visuelle

Ton logo et ton esthétique générale sont essentiels pour la reconnaissance de ta marque. Assure-toi qu’ils soient simples mais aussi originaux et faciles à mémoriser. Utilise des couleurs et des graphiques qui reflètent le caractère unique de ton entreprise. De plus, tu peux tirer parti de ton avantage en utilisant tes véhicules ! Une couleur uniforme et distinctive sur chaque taxi est la clé pour une association rapide avec ta marque.

Coherence du message

Que ce soit sur votre site web, votre application mobile ou vos panneaux publicitaires, votre message et ton doivent être cohérents. Les clients doivent savoir qu’ils reçoivent un service d’une marque solide et unifiée.

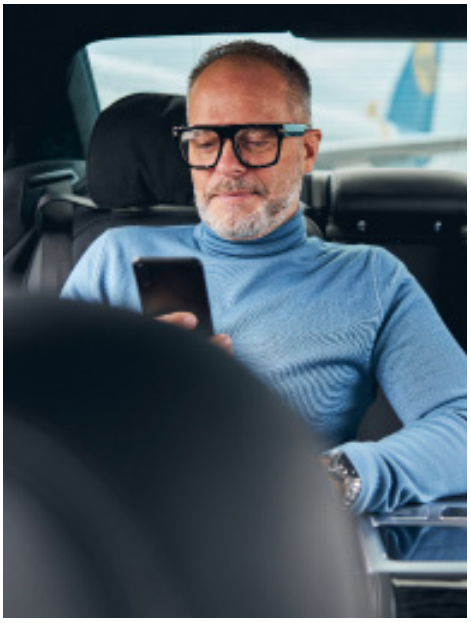
Développez des relations avec vos clients

N’oubliez pas l’interaction avec les clients comme faisant partie intégrante de votre marque. Veillez à offrir des expériences positives aux clients, à répondre aux avis et commentaires, et à faire en sorte que les clients se sentent appréciés et reconnus.

La création d’une marque forte attire non seulement les clients, mais renforce également la fidélité et la confiance. Rappelez-vous que votre marque ne se résume pas seulement à un logo et à une palette de couleurs ; c’est aussi tout ce qu’elle représente : les valeurs et la philosophie de votre entreprise.

03

Client local fidèle



La segmentation des clients est essentielle. Si vous proposez vos services aux touristes, vous devez faire face à une concurrence sérieuse telle que Uber, Bolt, FreeNow et autres inventions similaires.

Il n'y a pas de quoi s'étonner. Les passagers qui ne connaissent pas la ville veulent se déplacer le plus rapidement et confortablement possible de point A à point B sans avoir à choisir et chercher une société de taxi dans votre ville. C'est pourquoi ils optent pour des applications bien connues qui fonctionnent de la même manière partout dans le monde.

Bien sûr, il y aura toujours des clients „traditionnels" qui prendront une recommandation, liront un article où ils verront le nom de votre entreprise, ou chercheront simplement „taxi à Wrocław" sur Internet. Il est certainement difficile de rivaliser pour attirer les touristes. Nous reviendrons sur la publicité plus tard, mais pour l'instant, concentrons-nous sur vos clients les plus fidèles, c'est-à-dire les résidents de la ville, que vous devez convaincre une seule fois !

Les habitants de la ville choisiront vos services s'ils sont meilleurs que ceux de la concurrence. Vous avez beaucoup plus de temps pour leur prouver cela que pour les touristes qui ne seront que quelques jours en ville.

Assurez-vous que votre marque est visible dans les rues. Investissez dans une bonne identité visuelle, l'habillage de vos véhicules, et suscitez des émotions positives chez vos clients. Une fois qu'ils vous auront donné leur chance, construisez une relation avec eux. Leur fidélité peut être gagnée en offrant des services de haute qualité et en personnalisant leurs expériences.

Les résidents de la ville choisiront vos services s'ils sont meilleurs que ceux de la concurrence.

Concentrez-vous sur la construction de la reconnaissance parmi les résidents de votre ville. Le prochain pas consistera à maximiser la satisfaction des trajets. Cela vous permettra de créer un réseau de clients fidèles qui seront heureux d'utiliser vos services.

Voici quelques stratégies qui vous aideront à construire la fidélité des clients locaux :

CLIENT LOCAL FIDÈLE

Vise à ce que les clients te choisissent. Et une fois qu'ils te connaissent, ne les laisse pas partir.

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

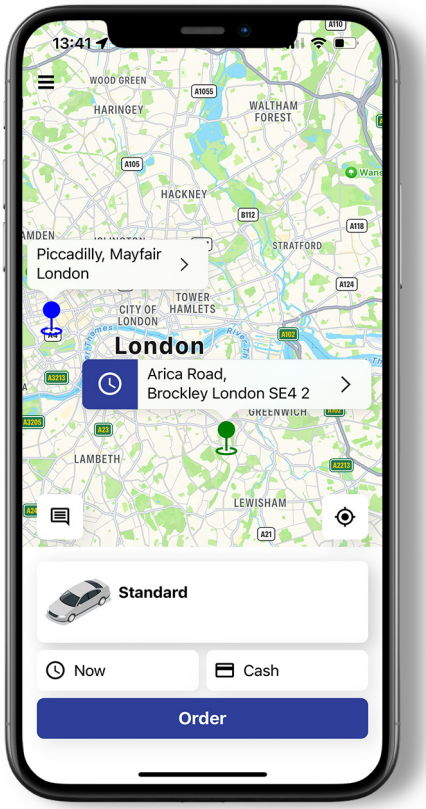
Assurez un excellent service aux passagers à chaque étape de leur interaction - de la commande du taxi à la fin du trajet, voire au-delà. Les expériences positives des clients sont essentielles pour construire la fidélité et l'image positive de votre marque.

Les résidents locaux sont des clients plus rentables que les touristes. Le coût d'acquisition et de fidélisation d'un résident est nettement inférieur. Pour assurer que le client revienne, il est préférable qu'il... installe l'application mobile ! Le prochain chapitre éclaircira cette question.

04

L'application mobile

Pourquoi consacrons-nous tout un chapitre à l'application mobile ? Ta plus grande concurrence est EXCLUSIVEMENT l'application mobile. Tu comprends parfaitement ce dont il s'agit !



Si tu n'es pas convaincu par de telles applications, réfléchis-y sérieusement à nouveau. Sans une application mobile, tu perds des clients qui ne veulent pas appeler la centrale de taxis et parler à quelqu'un. Il y a beaucoup de gens comme ça, surtout parmi les jeunes générations.

C'est aussi une solution pratique pour les passagers. Ils n'ont pas besoin de vérifier où ils se trouvent, l'application détecte immédiatement leur position. Ils peuvent suivre le taxi, connaître la marque et le modèle du véhicule, les numéros d'immatriculation, et peuvent même contacter directement le conducteur. C'est vraiment une solution idéale pour les clients, mais aussi une opportunité incroyable pour toi.

Si quelqu'un télécharge ton application, tu sais qu'il va voyager avec toi plus souvent ! Tu ne peux pas laisser passer cette opportunité, c'est pourquoi :

L'application doit être moderne, minimaliste et intuitive. De plus, il est préférable qu'elle ressemble à celle d'Uber ou de Bolt. C'est un signal clair pour le client qu'il traite avec une entreprise sérieuse, qui comprend, prend soin et respecte son passager. Sur le marché, il n'y a qu'un seul fournisseur d'une telle application - oui, c'est Tiskel ! Ne lésine pas à cette étape, car les coûts de mise en œuvre seront rapidement rentabilisés.

Promotion de l’application mobile

Pour promouvoir votre application mobile, voici quelques méthodes efficaces :

Réseaux sociaux

Exploitez le potentiel des plateformes sociales comme Facebook, Instagram et Twitter pour promouvoir votre application. Publiez régulièrement des messages encourageant le téléchargement de l’application et mettez en avant ses avantages par rapport à la concurrence. Utilisez également des publicités graphiques pour souligner les caractéristiques uniques de votre application.

Site web

Placez un bouton ou une bannière claire sur votre site web incitant les utilisateurs à télécharger l’application. Décrivez les avantages de l’application et pourquoi il est bénéfique de l’avoir sur leur appareil.

Codes QR

Placez des codes QR à l’intérieur des véhicules et sur les supports promotionnels comme les flyers et les cartes de visite. C’est un moyen rapide et pratique pour permettre aux clients de télécharger l’application directement sur leurs appareils pendant leurs trajets.

Partenariats et promotions

Collaborez avec des entreprises locales et des organisations pour promouvoir votre application mobile. Organisez des promotions telles que des réductions ou des trajets gratuits pour les utilisateurs qui téléchargent l’application et effectuent leur première réservation.

Investir dans la promotion de votre application mobile peut apporter des avantages significatifs à votre entreprise en augmentant le nombre de téléchargements et l’activité des utilisateurs. N’hésitez pas à utiliser divers canaux publicitaires pour atteindre un large public de clients potentiels. Rappelez-vous que c’est un investissement pour acquérir des clients fidèles qui utiliseront vos services à plusieurs reprises.

Bonus

N’oubliez pas de rester en contact avec vos clients ! Envoyez des notifications sur les promotions, des vœux, etc. Vous pouvez également envisager des publicités payantes ciblant les utilisateurs qui ont téléchargé votre application.

05

La publicité sur internet

Si vous ne savez pas ce que sont Google Ads, le référencement naturel (SEO) ou la publicité sur Facebook et Instagram, vous avez beaucoup à rattraper.

L'élément clé est votre site web, ainsi que son référencement. Vous souhaitez que votre numéro de téléphone apparaisse lorsque quelqu'un recherche „Taxi Wrocław" sur Google. Voici quelques conseils techniques qui peuvent vous aider :

Définissez le titre de votre page (title) comme suit : „Votre Taxi Paris° 123 456 789"

Assurez-vous d'inclure votre logo d'entreprise sur le site web. Le logo doit être simple, avec une couleur distinctive - les taxis sont souvent associés au jaune, mais ce n'est qu'une suggestion.

Tout votre site web doit contenir des mots-clés tels que Taxi Wrocław, taksówki, kierowca taxi, etc. Créez des titres, des descriptions, et des textes pertinents.

La structure de la page est cruciale - il ne s'agit pas simplement d'une simple carte de visite en ligne, mais d'un espace web développé. Créez plusieurs sous-pages comme „À propos de nous", „Contact", „Passager", „Partenariat", et sous ces dernières, des sous-pages plus spécifiques comme „Histoire", „Actualités", „Véhicules", etc. Cela rendra votre site web plus attractif, avec plus de contenu et de mots-clés, améliorant ainsi son classement dans les moteurs de recherche.

LA PUBLICITÉ SUR INTERNET

Carte de visite Google est indispensable. C'est l'endroit où les clients peuvent voir les avis sur l'entreprise, les étoiles, le numéro de téléphone, le lien vers le site web. C'est incontournable ! C'est l'un des moyens pour atteindre les voyageurs.

Google Ads est un excellent moyen d'atteindre les voyageurs qui ne connaissent pas votre entreprise. Grâce à cela, vous serez affiché en haut des résultats lorsque quelqu'un recherche un mot clé (vous choisissez les annonces dans le moteur de recherche). Cependant, mettre en place des annonces sans réflexion n'a pas beaucoup de sens, surtout si elles ne sont pas convaincantes, sans logo ni contenu. C'est une perte d'argent. Vous devez créer une annonce de A à Z. Réfléchissez à qui vous adressez vos textes. Il est préférable d'engager quelqu'un qui s'occupe de cela professionnellement !

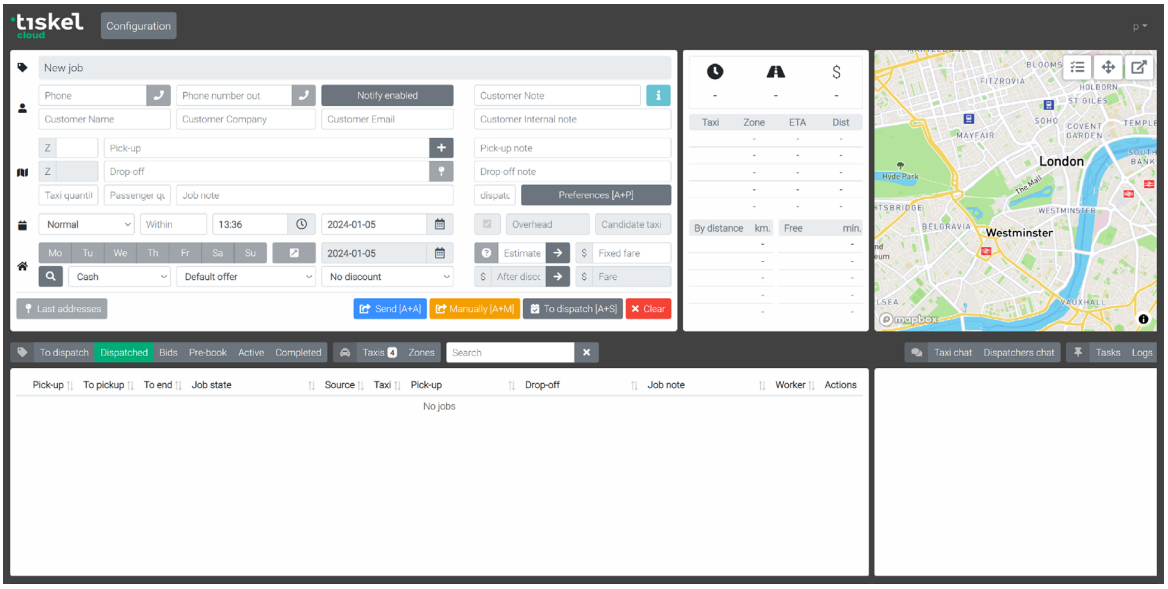
Les annonces sur les réseaux sociaux comme Instagram, Facebook, TikTok ou encore Twitter peuvent accroître votre visibilité. Si vous n'êtes pas une personne créative et que vous ne souhaitez pas en engager une, vous pouvez envisager de gérer ces canaux vous-même. Cela apporte certainement une valeur ajoutée, mais ne vous attendez pas à des miracles. Vous pouvez simplement promouvoir des images sur vos canaux. Ces annonces peuvent atteindre les résidents si elles sont vraiment cohérentes avec votre communication.

Si vous vous engagez dans des activités locales ou caritatives, partagez également ces mises à jour et permettez aux autres de vous identifier. De plus, si vous fournissez des services à d'autres entreprises, envisagez de gérer un profil sur LinkedIn. Vous pouvez bien sûr dupliquer des publications sur Instagram, Facebook et LinkedIn, et les utiliser exclusivement comme canaux pour la promotion payante. Cependant, si vous ne prévoyez pas de vous impliquer dans quoi que ce soit d'autre, gérez simplement un compte sur Facebook. Cela vous permet de mener des campagnes publicitaires payantes, de tenir vos clients informés des changements et de permettre à d'autres de taguer votre entreprise. Si vous choisissez cette voie, publiez uniquement du contenu de haute qualité : de bonnes photos et de courtes descriptions.

06

Tiskel Cloud

Le système le plus populaire pour les entreprises de taxi en Pologne. Une solution avancée qui assure un fonctionnement fluide pour les chauffeurs, les dispatcheurs et les gestionnaires. Propose l'application de commande de taxi la plus moderne sur le marché.



Le système qui alimente les entreprises de taxi en Pologne

500+
entreprises de taxi

20 000+
chauffeurs

Tiskel Cloud est un outil moderne de gestion des opérations de dispatching qui offre une multitude de possibilités. Avec près de 1100 paramètres configurables, il permet de travailler de manière flexible dans presque toutes les situations.

Vous souhaitez que les chauffeurs répondent aux appels, modifier rapidement les tarifs des courses ou simplifier la gestion des paiements des chauffeurs ? Avec Tiskel Cloud, tout cela se fait en un seul clic. Le système permet également la communication avec des chauffeurs individuels ou des groupes de chauffeurs, ainsi que la création de rapports prêts à l'emploi et d'analyses sous forme de tableaux et de graphiques pratiques.

En outre, Tiskel Cloud offre :

- Réduction des coûts avec un dispatcheur virtuel

- Distribution équitable des commandes

- Système facile à utiliser
Plus de possibilités grâce à 1100 paramètres configurables

- Accès à des rapports et analyses prêts à l'emploi

- Support technique disponible 24/7

Pour en savoir plus, rendez-vous sur **Tiskel.com**

tiskel

Oceń ten e-book tutaj

Obserwuj nas na Facebooku