

ЯК КРАЩЕ РЕКЛАМУВАТИ ТАКСОФІРМУ?

Ідеї для маркетингу в галузі таксі



Які канали
комунікації обрати?

Веди бізнес краще,
ніж Uber чи Bolt

Цікаві поради та
натхнення для
галузі таксі

ЗМІСТ

1

Вступ

2

Унікальний бренд

Основи відносин з громадськістю (PR), що дозволять вам вирізнятися

3

Місцевий вірний клієнт

Сконцентруйтеся на найбільш прибуткових клієнтах

4

Мобільний додаток

Конкуруйте з найбільшими

5

Реклама в Інтернеті

Перевірте, чи ефективно ви рекламуєтеся

6

Tiskel Cloud

Ідеальна система диспетчеризації для таксі

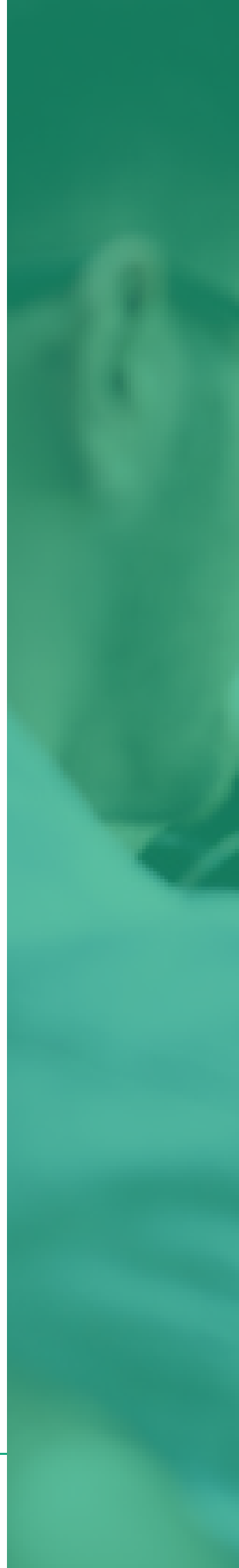
01

Вступ

Дізнайтеся, як краще розвивати таксі компанію, довіряючи нашому досвіду та спостереженням ринку протягом понад 10 років!

Запрошуємо в цікаву подорож, яка дозволить розвивати вашу таксі компанію. Ми підготували набір цінних порад і ключової інформації з сфери цифрового маркетингу та відносин з громадськістю.

Якщо ви вважаєте, що ваша компанія - маркетинговий гуру, то не втрачайте часу на цю публікацію. Проте, якщо є щось, що ви можете покращити, наступні декілька сторінок проведуть вас через наші ідеї з покращення маркетингу у вашому бізнесі.





02

Унікальний бренд

*У вас є перевага, якої заздріло б більшості підприємств у світі.
Ваша компанія видна на кожній вулиці вашого міста! І це буквально.*

Ваші таксі проїжджають вулицями кожного району. Це не лише реклама на білбордах або в інтернеті - це щоденний, фізичний контакт з клієнтами. Але чи використовуєте ви цю перевагу на повну?

Бути таким помітним - одне, але бути запам'ятаним - це зовсім інша справа. Для більшості людей таксі - це просто таксі

- швидкий спосіб дістатися з точки А до точки Б. Ви хочете, щоб ваша компанія була першою думкою, коли комусь потрібна поїздка. Але як це досягти? Як зробити, щоб ваша компанія не була лише ще одним таксі на вулиці, але брендом, який виділяється серед тисячі?

Відповідь полягає в побудові бренду.



УНІКАЛЬНИЙ БРЕНД

Визначте ідентичність вашого



Подумайте, що робить вашу компанію унікальною. Чи пропонуєте ви швидкі поїздки, дружніх водіїв, екологічні автомобілі або маєте у своєму автопарку унікальні моделі? Визначте свої унікальні особливості і передавайте їх послідовно у всіх маркетингових матеріалах.

Логотип та візуальна ідентифікація



Ваш логотип та загальна естетика є ключовими для впізнаваності бренду. Переконайтеся, що вони прості, але одночасно оригінальні та легкі для запам'ятовування. Спробуйте використовувати колірну палітру та графіку, які відображають характер вашої компанії. Більше того, тут ви можете використати свою перевагу і використати автомобілі! Однорідний, відзначний колір на кожному таксі - це ключ до швидкого асоціювання з вашою компанією.

Послідовність у повідомленні



Незалежно від того, чи ви маєте веб-сайт, мобільний додаток або рекламу на білбордах, ваше повідомлення та тон повинні бути послідовними. Клієнти повинні знати, що отримують послуги від одного надійного бренду.

Будуйте відносини з клієнтами



Не забувайте про взаємодію з клієнтами як частину вашого бренду. Піклуйтеся про позитивні враження клієнтів, реагуйте на відгуки та коментарі, а також старанно забезпечуйте, щоб клієнти відчували себе цінними та поміченими.

Створення міцного бренду не лише приваблює клієнтів, але й будує лояльність і довіру. Пам'ятайте, що ваш бренд - це не лише логотип і кольорова гама, це також все, що він представляє: це цінності та філософія вашої компанії.

03

Лояльний місцевий клієнт

Сегментація клієнтів - основа. Якщо ви надаєте послуги туристам, вашою серйозною конкуренцією стають Uber, Bolt, FreeNow та інші подібні винаходи.

Не дивно, що пасажирів, які не знають міста, хочуть якнайшвидше та найзручніше дістатися з точки А до точки В, не маючи потреби вибирати та шукати таксі у вашому місті. З цієї причини вони обирають відомі додатки, які працюють однаково по всьому світу.

Звісно, зустрінуться й „старомодні” клієнти, які скористаються рекомендацією, прочитають статтю з назвою вашої компанії або знайдуть вас через пошук в Інтернеті. Безумовно, нелегко боротися за туриста. Ми ще повернемося до реклами, але зараз зосередимось на ваших найбільш вірних клієнтах - мешканцях міста, яких ви, по суті, мусите переконати в собі лише один раз!

Мешканці міста оберуть ваші послуги, якщо вони будуть кращі, ніж конкурентні. У вас точно більше часу, щоб довести їм це, ніж у випадку туристів, які проведуть кілька днів у місті.

Піклуйтеся про те, щоб ваш бренд був помітний на вулицях. Інвестуйте у якісну ідентифікацію, обклеювання автомобілів і викликайте позитивні емоції у клієнтів. Якщо вони вже дають вам шанс, будуйте з ними відносини. Їх лояльність можна



Мешканці міста оберуть ваші послуги, якщо вони будуть кращими, ніж конкурентні.

Сконцентруйтеся на підвищенні впізнаваності серед мешканців вашого міста. Наступним кроком буде максимальне підвищення задоволення від поїздки. Це дозволить вам створити мережу лояльних клієнтів, які будуть раді використовувати ваші послуги.

здобути, забезпечуючи високу якість послуг та персоналізацію досвіду.

Отже, ось деякі стратегії, які допоможуть вам збудувати лояльність місцевих клієнтів:

ЛОЯЛЬНИЙ МІСЦЕВИЙ КЛІЄНТ

Домагайтеся того, щоб клієнти обирали вас. А коли вони вже з вами знайомі, не відпускайте їх.

Розуміння місцевих потреб

Познайомтесь зі своїми клієнтами та зрозумійте, чого вони потребують. Мешканці можуть мати вподобання щодо маршрутів, часів очікування або способів оплати, а також щодо додаткових послуг, таких як доставка вантажів, невеликі покупки, зарядка акумуляторів. Якщо ви вже здатні надавати додаткові послуги, переконайтеся, що такі варіанти видимі, наприклад, у вашому мобільному додатку, на веб-сайті, на рекламі на транспорті, у соціальних медіа тощо.

Цінуйте своїх клієнтів, і вони повернуться до вас

Пам'ятайте про своїх постійних клієнтів. Знайдіть способи персоналізації їх досвіду, пропонуючи, наприклад, програму лояльності, спеціальні пропозиції, додаткові переваги для постійних клієнтів, подяки у вигляді розсилок, постів тощо.

Залученість до спільноти

Будьте активними в місцевій спільноті. Підтримуйте місцеві події, благодійні організації та культурні заходи. Ваша участь у житті спільноти допоможе будувати позитивне сприйняття бренду і здобувати довіру мешканців, а також може дати вам ексклюзивні права на перевезення на певну подію, що дозволить вам краще знайомити своїх клієнтів!

Дбайте про клієнта

Забезпечуйте відмінне обслуговування пасажирів на кожному етапі взаємодії - від замовлення таксі до завершення поїздки, і навіть далі. Позитивний досвід клієнтів є ключем до побудови лояльності та позитивного іміджу бренду.

Місцеві мешканці є більш вигідними клієнтами, ніж туристи (якщо ваш бізнес не ґрунтується виключно на туристах). Вартість залучення та утримання мешканця значно нижча. Щоб мати впевненість, що клієнт повернеться до вас, найкраще, щоб ... він встановив мобільний додаток! Наступний розділ розкриє це питання.

04

Мобільний додаток

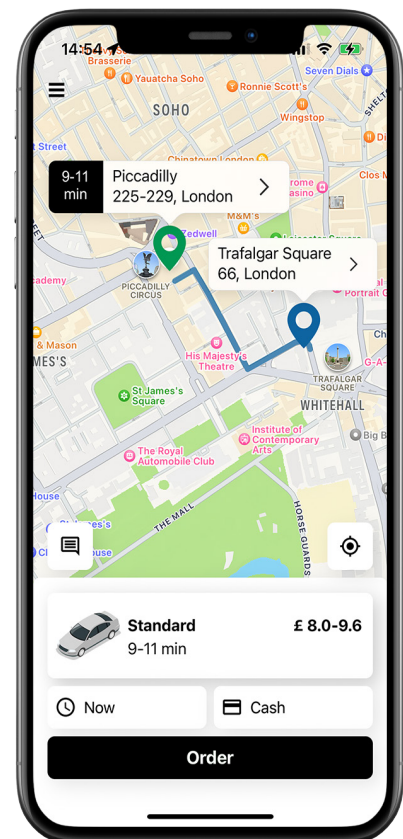
Чому ми приділяємо цілий розділ мобільному додатку? Твоя найбільша конкуренція - ЦЕ ВИКЛЮЧНО мобільний додаток. Ти чудово розумієш, про що я йду!

Якщо ти не повністю вірити у такі додатки, то переглянь це ще раз ретельно. Без мобільного додатка ви втрачаєте клієнтів, які не хочуть дзвонити на гарячу лінію до диспетчера або розмовляти з кимось. Таких людей багато, особливо серед молодшого покоління.

Це також зручне рішення для пасажирів. Вони не повинні перевіряти, де вони знаходяться, додаток відразу визначить їх

місцезнаходження. Вони можуть відслідковувати таксі, знати марку та модель автомобіля, реєстраційні номери, можуть зв'язатися безпосередньо з водієм. Це дійсно ідеальне рішення для клієнтів, але і... неймовірна можливість для вас.

Якщо вже хтось завантажить ваш додаток, то ви знаєте, що він буде з вами частіше! Ви не можете втратити цю можливість, тому:



Додаток повинен бути сучасним, мінімалістичним і зрозумілим. Більше того, найкраще, якщо він буде виглядати схоже на Uber або Bolt. Це чіткий сигнал для клієнта, що він має справу з порядною компанією, яка розуміє, піклується і поважає свого пасажирів. На ринку є лише один постачальник такого додатка - так, це Tiskel! Не економте на цьому етапі, бо витрати на впровадження швидко окупляться.

Реклама мобільного додатку

Якщо у вас вже є додаток, ви повинні його рекламувати. Що з того, що ви платите, якщо про нього ніхто не знає? Ось кілька ефективних способів.

Соціальний медіа

Використовуйте потенціал соціальних медіа, таких як Facebook, Instagram або X (Twitter), щоб рекламувати свій додаток. Регулярно публікуйте пости, які спонукають до завантаження додатка і підкреслюють переваги його використання. Крім того, підготуйте рекламу у вигляді графіки, в яких ви будете підкреслювати переваги вашого додатка та недоліки конкурентів.

Веб-сайт

Розмістіть чітку кнопку або банер на вашому веб-сайті, що спонукає користувачів завантажити додаток. Опишіть переваги використання додатка і поясніть, чому варто мати його на своєму пристрої.

QR-коди

Розмістіть QR-коди всередині таксі та на рекламних матеріалах, таких як листівки або візитівки. Це швидкий і зручний спосіб дозволити клієнтам завантажити додаток безпосередньо на свої пристрої під час здійснення поїздки.

Партнерства та промоакції

Співпрацюйте з місцевими компаніями та організаціями, щоб рекламувати свій мобільний додаток. Ви також можете організовувати промоакції, пропонуючи знижки або безкоштовні поїздки для осіб, які завантажують додаток і здійснять перше бронювання.



Інвестиція в рекламу мобільних додатків може принести значні користі для вашої компанії, збільшуючи кількість завантажень та активність користувачів. Не соромтеся використовувати різноманітні рекламні канали, щоб дістатися якомога більшої кількості потенційних клієнтів. Пам'ятайте, це ціна, яку ви платите за лояльних клієнтів, які неодноразово будуть користуватися вашими послугами.

Бонус

Не забудьте нагадувати своїм клієнтам про себе! Надсилайте сповіщення про акції, привітання і т. д. Ви також можете підготувати платну рекламу серед осіб, які завантажили додаток.

05

Реклама в Інтернеті

Якщо ви не знаєте, що таке Google Ads, пошукова оптимізація (SEO) або реклама на Facebook чи Instagram, то вам є багато чого наздогнати.

Ваша веб-сторінка найважливіша, а разом з нею - її позиціонування. Ви хочете, щоб ваш номер телефону з'явився, коли хтось вводить у Google „Таксі Вроцлав”. Ми дамо кілька технічних порад, які можуть допомогти в цьому.

- 1) Встановіть заголовок своєї сторінки (title) на кшталт: Ваше Таксі Вроцлав, тел. 123 456 789
- 2) Обов'язково розмістіть логотип вашої компанії на сайті. Логотип повинен бути простим, з одним виразним кольором - таксі асоціюються з жовтим, але це лише вільна рекомендація.
- 3) Вся ваша сторінка повинна містити ключові слова, такі як Таксі Вроцлав, таксі, водій таксі і т. д. Створюйте заголовки, описи, тексти.
- 4) Важлива структура сторінки - це не може бути простою візитівкою компанії, а розгорнутим місцем в Інтернеті. Створіть кілька підсторінок, наприклад „Про нас”, „Контакти”, „Пасажир”, „Співпраця”, а під ними ще менші підсторінки, наприклад, в розділі „Про нас”: „Історія”, „Новини”, „Транспортні засоби” і т. д. Завдяки цьому сама сторінка стане цікавішою, матиме більше контенту та ключових слів, що впливає на краще розташування у пошуковій системі.



РЕКЛАМА В ІНТЕРНЕТІ

Візитівка Google - це необхідність. Це саме те місце, де клієнти побачать відгуки про компанію, рейтинги, номер телефону, посилання на веб-сайт. Цього не можна пропустити! Це один з способів залучення подорожніх.

Google Ads - відмінний спосіб залучення подорожніх, які не знайомі з вашою компанією. Завдяки цьому ви з'явитесь на самій верхній позиції після введення ключової фрази (вибираєте реклами у пошуковій системі). Однак встановлення будь-яких реклам не має більшого сенсу. Подивіться на цей приклад. Реклама не переконує. Перш за все, відсутня логотип, іншою проблемою є вміст. Нецікаво, не переконливо і ще дивно написано. Гроші на вітер. Вам потрібно створити таку рекламу від А до Я. Подумайте, до кого ви спрямовуєте свої тексти. У цьому випадку формулювання „легальна корпорація таксі” не є жодним заохоченням для клієнта. Люди виходять з припущення, що будь-яка таксі компанія діє легально і якщо хтось про це згадує, то вже трохи підозріло. Не також важливо, чи це корпорація, компанія, JDG або що-небудь інше. Комфортно, безпечно та швидко може переконувати, але не вистачає комами між ознаками. Також відсутній хороший опис.

Реклами в соціальних мережах, таких як Instagram, Facebook, TikTok, можуть збільшити вашу впізнаваність. Якщо ви не є креативною особою і не хочете такої наймати, ви можете подумати про самостійне ведення каналів. Це безперечно додає значення, але не варто очікувати див. Ви можете просто рекламувати графіку на своїх каналах. Така реклама може відображатися мешканцям, якщо вона дійсно відповідає вашій комунікації.

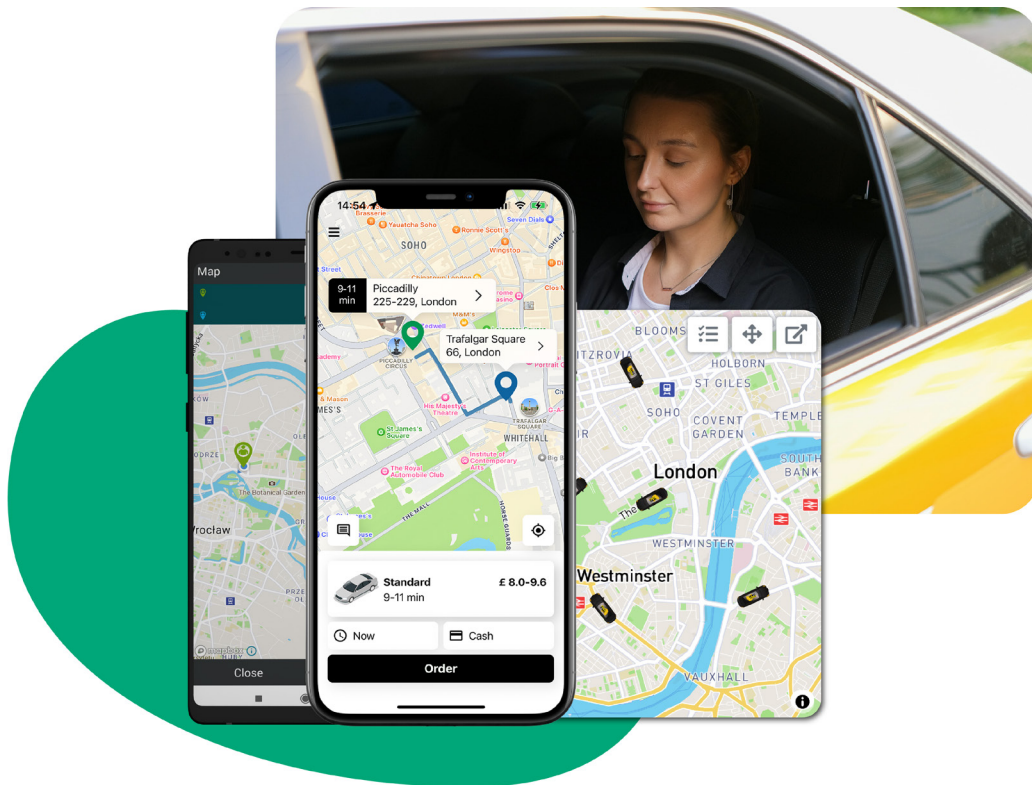
Якщо ви займаєтеся місцевою або благодійною діяльністю, обов'язково розповідайте про такі оновлення і дозволяйте іншим вас позначати. Крім того, якщо ви надаєте послуги для інших підприємств, подумайте про створення профілю на LinkedIn. Звичайно, ви можете дублювати повідомлення як на Instagram, Facebook, так і на LinkedIn, а також розглядати їх як канал для оплаченої реклами, але якщо ви не плануєте в це вдаватися, ведіть лише обліковий запис на Facebook. Це дає можливість вести платну рекламу, інформувати клієнтів про зміни і позначати вашу компанію іншими. Якщо ви вирішите це зробити, публікуйте тільки високоякісний контент. Гарні фотографії і короткі описи.



06

Tiskel Cloud

Найпопулярніша система для таксі-компаній в Польщі. Це передове рішення, яке забезпечує безпроблемну роботу водіїв, диспетчерів та менеджерів. Вона пропонує найсучаснішу програму для замовлення таксі на ринку.



Система, яка приводить компанії таксі по всьому світу.

500⁺

фірм таксі

20 000⁺

водіїв

Tiskel Cloud - це сучасний інструмент для управління роботою диспетчерських служб, який надає безліч можливостей. Це майже 1100 налаштувань, які дозволять вам працювати практично будь-яким способом.

Ви хочете, щоб водії приймали виклики, швидко змінювали тарифи на поїздки або легко розраховували своїх водіїв? У Tiskel Cloud це просто за один натиск кнопки. Система також дозволяє взаємодіяти з окремими водіями або групами водіїв, а також створювати готові звіти та аналізи у зручному форматі таблиць і графіків.

Це також:

- більше клієнтів завдяки найсучаснішій пасажирській програмі в Польщі
- зменшення витрат завдяки віртуальному диспетчеру
- справедливе розподіл замовлень
- проста в обслуговуванні система
- більше можливостей з 1100 налаштуваннями
- доступ до готових звітів та аналітики
- технічна підтримка 24/7

Дізнайтеся більше на [Tiskel.com](https://tiskel.com).

•tiskel

