

# JAK PROWADZIĆ FIRMĘ TAXI LEPIEJ?

pomysły na marketing w branży taxi



Jakie kanały komunikacji wybrać?

Prowadź firmę lepiej niż Uber czy Bolt

Ciekawe wskazówki i inspiracje dla branży taxi



# SPIS TREŚCI

1

**Wstęp**

2

**Unikalna marka**

Podstawy PR, które  
pozwolą Ci się wyróżnić

3

**Lokalny lojalny  
klient**

Skup się na najbardziej  
dochodowych klientach

4

**Aplikacja mobilna**

Konkuruj z największymi

5

**Reklama w  
internecie**

Sprawdź, czy dobrze  
się reklamujesz

6

**Tiskel Cloud**

Najlepszy system  
dyspozytorski w Polsce

---

# 01

## Wstęp

Dowiedz się, jak rozwijać firmę taksówkarską lepiej. Zaufaj naszemu doświadczeniu i obserwacjom rynku przez ponad 10 lat!

Zapraszamy do ciekawej przygody, która pozwoli Ci rozwijać Twoją firmę taksówkarską. Przygotowaliśmy zestaw cennych wskazówek i najważniejszych informacji z dziedziny marketingu cyfrowego oraz public relations.

Jeżeli uważasz, że Twoja firma jest marketingowym guru, to nie trać czasu na tę publikację, jednak jeżeli jest coś, co możesz jeszcze poprawić, to następne kilkanaście stron przeprowadzi Cię przez nasze pomysły na lepszy marketing w Twojej firmie.



## 02

Unikalna  
marka

*Masz przewagę, której pozazdrościłoby większość przedsiębiorstw na świecie. Twoja firma jest widoczna na każdej ulicy w Twoim mieście! I to dosłownie.*

Twoje taksówki przejeżdżają przez ulice każdego osiedla. To nie jest tylko reklama na billboardach czy w internecie - to codzienny, fizyczny kontakt z klientami. Ale czy wykorzystujesz tę przewagę w pełni?

Bycie tak widocznym jest jednym, ale bycie zapamiętanym to zupełnie inna sprawa. Dla większości ludzi taksówka to taksówka - szybki

sposób na dotarcie z punktu A do punktu B. Ty chcesz, żeby Twoja firma była pierwszą myślą, kiedy tylko potrzebują przejazdu. Ale jak to osiągnąć? Jak sprawić, że Twoja firma nie będzie tylko kolejną taksówką na ulicy, ale marką, która wyróżnia się spośród tłumu?

Odpowiedź leży w budowaniu marki.



# UNIKALNA MARKA

---

## Określ tożsamość swojej marki



Zastanów się, co sprawia, że Twoja firma jest wyjątkowa. Czy oferujesz szybsze przejazdy, przyjaznych kierowców czy może ekologiczne samochody albo masz w swojej flocie unikalne modele? Zdefiniuj swoje unikalne cechy i przekazuj je konsekwentnie we wszystkich materiałach marketingowych.

## Logo i identyfikacja wizualna



Twoje logo i ogólna estetyka są kluczowe dla rozpoznawalności marki. Upewnij się, że są one proste, ale jednocześnie oryginalne i łatwe do zapamiętania. Staraj się wykorzystać kolorystykę i grafiki, które odzwierciedlają charakter Twojej firmy. Co więcej, tutaj możesz wykorzystać swoją przewagę i użyć pojazdów! Jednolity, wyróżniający kolor na każdej taksówce to klucz do szybkiego skojarzenia Twojej firmy.

## Spójność przekazu



Niezależnie od tego, czy prowadzisz stronę internetową, masz aplikację mobilną czy na billboardy, Twoje przesłanie i ton powinny być spójne. Klienci powinni wiedzieć, że otrzymują usługę od jednej, solidnej marki.

## Buduj relacje z klientami



Nie zapominaj o interakcjach z klientami jako części twojej marki. Dbaj o pozytywne doświadczenia klientów, reaguj na opinie i komentarze oraz dbaj o to, by klienci czuli się docenieni i zauważeni.

Stworzenie silnej marki nie tylko przyciąga klientów, ale także buduje lojalność i zaufanie. Pamiętaj, że Twoja marka to nie tylko logo i kolorystyka, to także wszystko, co reprezentuje: wartości i filozofię Twojej firmy.

---

## 03

# Lojalny lokalny klient

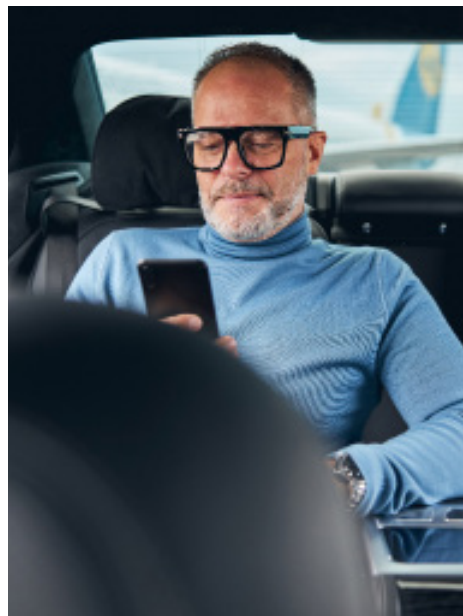
**Segmentacja klientów to podstawa. Jeżeli oferujesz swoje usługi turystom, Twoją poważną konkurencją staje się Uber, Bolt, FreeNow i inne różne wynalazki.**

Nie ma się co dziwić. Pasażerowie, którzy nie znają miasta, chcą jak najszybciej i najwygodniej przemieścić się z punktu A do punktu B bez konieczności wybierania i szukania firmy taksówkarskiej w Twoim mieście. Z tego powodu wybierają znane aplikacje, które tak samo działają na całym świecie.

Na pewno zdarzą się "staroświeccy" klienci, którzy skorzystają z polecenia, przeczytają artykuł, w którym zobaczą nazwę firmy albo wygooglują frazę, np. taxi Wrocław w internecie. Na pewno niełatwo jest walczyć o turystę. Do reklamy jeszcze wrócimy, jednak teraz skupimy się na Twoich najbardziej lojalnych klientach, czyli mieszkańcach miasta, których w zasadzie musisz przekonać do siebie tylko raz!

Mieszkańcy miasta wybiorą Twoje usługi, jeżeli będą lepsze od konkurencyjnych. Masz zdecydowanie więcej czasu na udowodnienie im tego, niż w przypadku turystów, którzy będą kilka dni w mieście.

Zadbaj o to, żeby Twoja marka była widoczna na ulicach. Zainwestuj w porządną identyfikację, oklejanie samochodów i wywołuj pozytywne emocje u klientów. Jak już dadzą Ci szansę, zbuduj z nimi relacje. Ich lojalność można zdobyć poprzez zapewnienie wysokiej



*Mieszkańcy miasta wybiorą Twoje usługi, jeżeli będą lepsze od konkurencyjnych*

**Skup się na budowaniu rozpoznawalności wśród mieszkańców Twojego miasta. Kolejnym krokiem będzie maksymalne zwiększenie zadowolenia z przejazdu. Dzięki temu stworzysz sieć lojalnych klientów, którzy będą chętnie korzystać z Twoich usług**

jakości usług, personalizację doświadczeń.

Oto kilka strategii, które pomogą Ci zbudować lojalność lokalnych klientów

**ZMIERZAJ DO TEGO, ŻEBY KLIENCI CIĘ WYBRALI. A JUŻ CIĘ POZNAJĄ, NIE WYPUSZCZAJ ICH.**

## Zrozumienie lokalnych potrzeb

Poznaj swoich klientów i zrozum, czego potrzebują. Mieszkańcy mogą mieć preferencje co do tras, czasów oczekiwania czy sposobów płatności, ale również dodatkowych usług, takich jak przewóz przesyłek, drobne zakupy, ładowanie akumulatorów. Jak już będziesz w stanie dostarczać dodatkowe usługi, zadбай o to, żeby takie opcje były widoczne, np. w Twojej aplikacji mobilnej, na stronie internetowej, w reklamach na pojeździe, w social mediach, itp.

## Doceniaj klientów, a do Ciebie wrócą

Pamiętaj o swoich regularnych klientach. Znajdź sposoby na personalizację ich doświadczeń, oferując np. program lojalnościowy, specjalne promocje, dodatkowe korzyści dla stałych klientów, podziękowania w formie mailingów, postów, itp.

## Zaangażowanie w społeczność

Bądź aktywny w lokalnej społeczności. Wspieraj miejscowe wydarzenia, organizacje charytatywne czy imprezy kulturalne. Twój udział w życiu społeczności pomoże budować pozytywny wizerunek marki i zyskać zaufanie mieszkańców, a co więcej możesz otrzymać wyłączość na przewozy na dane wydarzenie, a dzięki temu klienci poznają Cię lepiej!

## Dbaj o klienta

Zapewnij doskonałą obsługę pasażerów na każdym etapie interakcji - od zamówienia taksówki po zakończenie podróży, a nawet dalej. Pozytywne doświadczenia klientów są kluczowe dla budowania lojalności i pozytywnego wizerunku marki.

Lokalni mieszkańcy to bardziej opłacalni klienci niż turyści. Cena pozyskania i utrzymania mieszkańca jest zdecydowanie niższa. A żeby mieć pewność, że klient do Ciebie wróci najlepiej, żeby... zainstalował aplikację mobilną! Kolejny rozdział rozjaśni to zagadnienie.

---

# 04

## Aplikacja mobilna

**Czemu poświęcamy cały rozdział na aplikację mobilną? Twoja największa konkurencja to WYŁĄCZNIE aplikacja mobilna. Doskonale wiesz, o co chodzi!**

Jeżeli nie do końca „wierzysz” w takie aplikacje, to przemyśl to porządnie jeszcze raz. Bez mobilnej aplikacji tracisz klientów, którzy nie chcą dzwonić na infolinię do dyspozytora i z kimkolwiek rozmawiać. Takich ludzi jest dużo, szczególnie wśród młodszego pokolenia.

To również wygodne rozwiązanie dla pasażerów. Nie muszą sprawdzać, gdzie są, aplikacji od razu wykryje ich położenie.

Śledzą taksówkę, znają markę i model pojazdu, numery rejestracyjne, mogą skontaktować się bezpośrednio z kierowcą. To naprawdę idealne rozwiązanie dla klientów, ale i... niesamowita szansa dla Ciebie.

Jeżeli już ktoś pobierze Twoją aplikację, to wiesz, że będzie z Tobą jeździć częściej! Nie możesz zmarnować tej okazji, dlatego:



*aplikacja musi być nowoczesna, minimalistyczna i czytelna. Co więcej, najlepiej, jeżeli będzie wyglądać podobnie do Ubera czy Bolta. To jest jasny sygnał dla klienta, że ma do czynienia z porządną firmą, która rozumie, dba i szanuje swojego pasażera. Na rynku jest tylko jeden dostawca takiej aplikacji - tak, jest to Tiskel! Nie oszczędzaj na tym etapie, bo koszty wdrożenia szybko się zwrócą,*

## Reklamowanie aplikacji mobilnej

Jak masz już aplikację, to musisz ją zareklamować. Co z tego, że ja opłacasz, jak nikt o niej nie wie? Oto kilka skutecznych sposobów

### Social media

Wykorzystaj potencjał platform społecznościowych, takich jak Facebook, Instagram czy X (Twitter), aby promować swoją aplikację. Regularnie publikuj posty, zachęcając do pobrania aplikacji i podkreślając korzyści płynące z jej użytkowania. Co więcej, przygotuj reklamy w formie grafik, w których będziesz podkreślać zalety swojej aplikacji oraz wady konkurencji.

### Strona internetowa

Umieść wyraźny przycisk lub baner na swojej stronie internetowej, zachęcając użytkowników do pobrania aplikacji. Opisz korzyści płynące z korzystania z aplikacji i przedstaw, dlaczego warto ją mieć na swoim urządzeniu.

### Kody QR

Umieść kody QR wewnątrz taksówek oraz na materiałach promocyjnych, takich jak ulotki czy wizytówki. To szybki i wygodny sposób umożliwienia klientom pobrania aplikacji bezpośrednio na swoje urządzenia podczas realizacji kursów.

### Partnerstwa i promocje

Współpracuj z lokalnymi firmami i organizacjami, aby promować swoją aplikację mobilną. Możesz również organizować promocje, oferując np. zniżki lub darmowe przejazdy dla osób, które pobiorą aplikację i dokonają pierwszej rezerwacji.



Inwestycja w reklamę aplikacji mobilnej może przynieść znaczące korzyści dla Twojej firmy, zwiększając liczbę pobrań i aktywność użytkowników. Nie wahaj się wykorzystać różnorodnych kanałów reklamowych, aby dotrzeć do jak najszerszego grona potencjalnych klientów. Pamiętaj, to cena, jaką płacisz za lojalnych klientów, którzy niejednokrotnie będą korzystał z Twoich usług.

### Bonus

Nie zapomnij przypominać swoim klientom o Sobie! Wysyłaj powiadomienia o promocjach, życzenia, itp. Możesz również przygotować płatne reklamy wśród osób, które pobrały aplikację..

# 05

## Reklama w internecie

**Jeżeli nie wiesz, czym jest Google Ads, pozycjonowanie w wyszukiwarce (SEO) czy reklamy na Facebooku albo Instagramie, to masz wiele to nadrobienia.**

Najważniejsza jest Twoja strona, a z nią pozycjonowanie. Chcesz, żeby Twój numer telefonu pojawił się, kiedy ktoś wpisze w Google „Taxi Wrocław”. Wrzucamy kilka technicznych wskazówek, które mogą pomóc w tym celu.

- 1) ustaw tytuł swojej strony (title) na coś w rodzaju: Twoje Taxi Wrocław nr 123 456 789
- 2) koniecznie ustaw swoje logo firmy w witrynie. Logo powinno być proste, z jednym wybijającym kolorem - taksówki kojarzą się z żółtym, ale to tylko luźna sugestia
- 3) cała Twoja strona musi zawierać hasła takie jak Taxi Wrocław, taksówki, kierowca taxi, itp. Twórz nagłówki, opisy, teksty
- 4) istotna jest struktura strony - to nie może być krótka wizytówka firmy, a rozbudowane miejsce w internecie. Stwórz kilka podstron, np. „o nas”, „kontakt”, „pasażer”, „współpraca”, a pod nimi jeszcze mniejsze podstrony, np. w zakładce o nas: „historia”, „aktualności”, „pojazdy”, itp. Dzięki temu sama strona będzie ciekawsza, ma więcej treści oraz słów kluczowych, a to przekłada się na lepszą pozycję w wyszukiwarce.

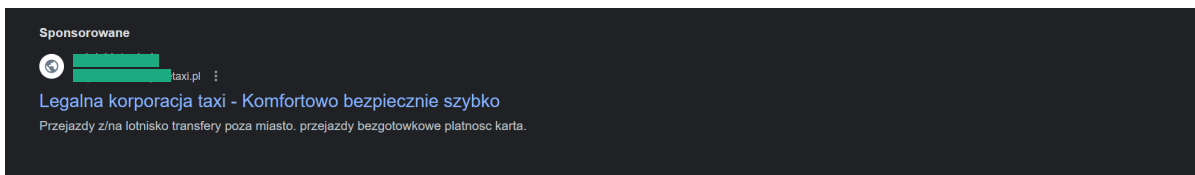


# REKLAMA W INTERNECIE

---

**Wizytówka Google to konieczność.** To właśnie to miejsce, w którym klienci zobaczą opinie o firmie, gwiazdki, numer telefonu, link do strony. Nie można tego pominąć! To jeden ze sposobów na docieranie do podróżnych.

**Google Ads** to świetny sposób na docieranie do podróżujących, którzy nie znają Twojej firmy. Dzięki temu wyświetlisz się na samej górze po wpisaniu frazy kluczowej (wybierasz reklamy w wyszukiwarce). Jednak ustawienie **jakichkolwiek** reklam nie ma większego sensu. Spójrz na ten przykład. Reklama nie przekonuje. Przede wszystkim brakuje logo, drugą rzeczą są treści. Nieciekawe, nieprzekonujące i jeszcze dziwnie napisane. Strata pieniędzy. Musisz stworzyć taką reklamę od A do Z. Pomyśl, do kogo kierujesz swoje teksty. W tym przypadku sformułowanie: „legalna korporacja taxi” nie jest żadną zachętą dla klienta. Ci wychodzą z założenia, że każda firma taxi działa legalnie i jak ktoś o tym wspomina, to już jest trochę podejrzane. Nie jest też istotne, czy jest to korporacja, firma, JDG czy cokolwiek innego. Komfortowo, bezpiecznie i szybko może przekonywać, jednak brakuje przecinków między cechami. Dobrego opisu również brakuje.



**Reklamy w Social Mediach.** Instagram, Facebook, TikTok czy X (Twitter) mogą przynieść Ci rozpoznawalność. Jeżeli nie jesteś kreatywną osobą i nie chcesz też takiej zatrudnić, możesz zastanowić się nad prowadzeniem kanałów samodzielnie. To z pewnością wartość dodana, jednak nie można spodziewać się cudów. Możesz zwyczajnie reklamować grafiki w swoich kanałach. Takie reklamy mogą się wyświetlać mieszkańcom, o ile rzeczywiście są spójne z Twoją komunikacją.

Jeżeli angażujesz się w lokalną albo charytatywną działalność, to również koniecznie udostępniaj takie aktualizacje oraz pozwól innym Cię oznaczać. Dodatkowo, jeżeli prowadzisz usługi dla innego biznesu, rozważ prowadzenie profilu na LinkedIn. Możesz oczywiście duplikować posty zarówno na Instagramie, Facebooku, jak i LinkedIn oraz traktować je wyłącznie jako kanał do płatnej promocji, jednak jeżeli nie planujesz się w nic angażować, prowadź wyłącznie konto na Facebooku. Daje to możliwość prowadzenia płatnych reklam, aktualizowania klientów o zmianach oraz oznaczania Twojej firmy przez innych. Jeżeli się na to zdecydujesz, to wrzucaj wyłącznie treści wysokiej jakości. Dobre zdjęcia i krótkie opisy.



# 06

## Tiskel Cloud

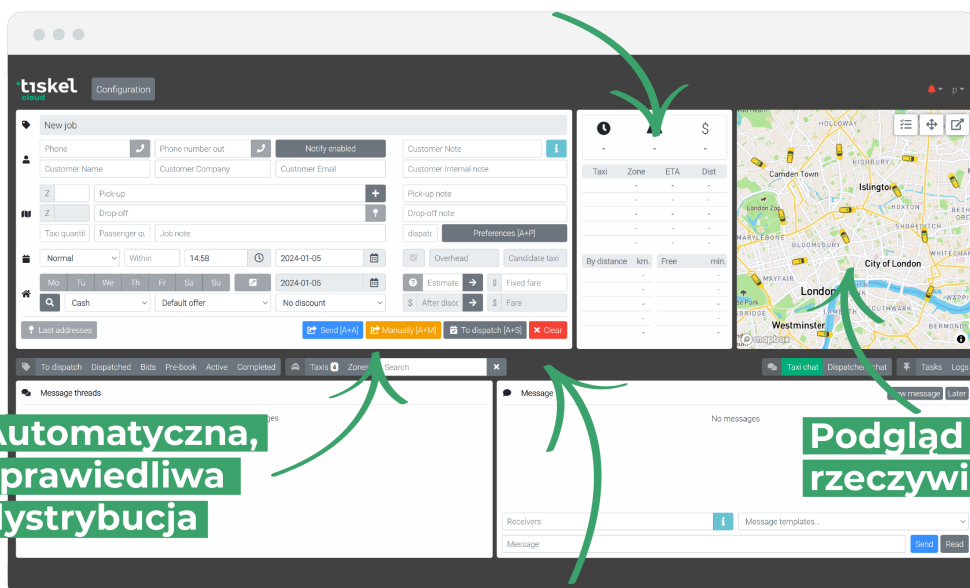
Najpopularniejszy system dla firm taksówkarskich w Polsce. Zaawansowane rozwiązanie, które zapewnia bezproblemową pracę kierowców, dyspozytorów oraz managerów. Oferuje najbardziej nowoczesną aplikację do zamawiania taksówek na rynku.

Zaawansowana kalkulacja stawki

Automatyczna, sprawdziła dystrybucja

Podgląd w czasie rzeczywistym

Rozpoznawanie pasażerów



# System, który napędza firmy taksówkarskie w Polsce

---

**500<sup>+</sup>**

**firm taxi**

**20 000<sup>+</sup>**

**kierowców**

Tiskel Cloud to nowoczesne narzędzie do zarządzania pracą dyspozytorni, które daje szereg możliwości. To prawie 1100 ustawień, które pozwolą Ci na pracę w praktycznie każdy możliwy sposób.

Chcesz, żeby kierowcy odbierali połączenia, chcesz szybko zmienić stawki za kursy albo rozliczać swoich kierowców w łatwy sposób? W Tiskel Cloud to zaledwie jeden przycisk. System pozwala również na komunikację z pojedynczym kierowcą lub grupą kierowców oraz tworzy gotowe raporty i analizy w formie wygodnych tabel i wykresów.

To również:

- **więcej klientów** z najnowocześniejszą aplikacją pasażera w Polsce
- **redukcja kosztów** z wirtualnym dyspozytorem
- **sprawiedliwa** dystrybucja zleceń
- **prosty** w obsłudze system
- **więcej możliwości** z 1100 konfigurowalnymi ustawieniami
- dostęp do gotowych raportów i analiz
- wsparcie techniczne **24/7**

Dowiedz się więcej na [Tiskel.com](https://tiskel.com)

---

• tiskel

Oceń ten e-book [tutaj](#)



Obserwuj nas na [Facebooku](#)

---