

Objetivos

Necesitamos acordar un **serio** y firme **compromiso** de cambio y concienciación para acabar con la **mala praxis** interna que pone en riesgo la supervivencia del sector

¿Qué prácticas o tópicos hacen daño a la imagen de la marca “taxi”?

- 1** Quien no presta su servicio con un mínimo de **educación, cortesía e higiene personal**.
- 2** Quien lleva el **taxi sucio** tanto por fuera como por dentro. O quien lleva **jarapas o mantas** en asientos.
- 3** Quien utiliza **pantalón corto, chanclas, gorra o ropa deportiva** para prestar el servicio.
- 4** Quien pone **mala cara** al usuario por el simple hecho de ir a una dirección cercana al punto de partida.
- 5** Quien **no quiere cobrar con tarjeta** por ahorrar céntimos de comisión o querer percibirlo en efectivo.
- 6** Quien evita poner el **aire acondicionado** con temperaturas elevadas por encima de 35 grados.

¿Qué prácticas o tópicos hacen daño a la imagen de la marca “taxi”?

7 Quien pone la radio a un **volumen inadecuado** y vierte sus opiniones personales sobre cuestiones sensibles.

8 Quien elige recorridos claramente **largos**. De esta forma alimentan los peores **clichés** contra la marca “taxi”.

9 Quien usa incorrectamente el **claxon** o **vocifera** con otros compañeros en la parada.

10 Quien conduce de forma **temeraria** o **discute acaloradamente** con otros conductores.

11 Quien **habla en exceso** por la emisora o por móvil mientras conduce. **Molesta** y **pone en riesgo** al usuario.

12 Quien **fuma** en el vehículo aunque esté solo. Deja un olor desagradable que el usuario no tiene que sufrir.

¿Qué prácticas o tópicos hacen daño a la imagen de la marca “taxi”?

13 Quien **no cuida** su **aseo personal** y somete al cliente a olores molestos.

14 Quien **pone en marcha** el **taxímetro** antes de que el usuario entre en el vehículo y le diga su destino.

Marketing y comunicación

- Para **incrementar la demanda**, hay que **publicitar la marca “taxi”**.
- Nuestra estrategia de negocio es cambiante, por lo cual **vender y ofrecer nuestros servicios es fundamental**.
- **Fomentar los acuerdos de colaboración con empresas**. Aplicar descuentos, si es necesario, por volumen de facturación.
- Estudiar la oportunidad de **instalación de stands publicitarios en puntos de interés**, como estaciones o zonas turísticas.

Marketing y comunicación

- **Promover acuerdos de colaboración** con administraciones para publicitar nuestras tarifas urbanas, interurbanas o servicios varios en los espacios públicos de la ciudad.
- **Instalación** en hoteles, restaurantes y puntos de interés de **expositores** y **pantallas publicitarias con tarifas**
- **Impulsar la estrategia de marketing en redes sociales.** El uso de los nuevos soportes digitales refuerza nuestra imagen de modernidad.
- **Promoción interna de nuestros medios telemáticos**

Marketing y comunicación

- **Dar publicidad a los servicios disponibles:** vehículos híbridos, wifi, cargador de móvil, diversidad de flota, TPV, reservas, pago a crédito, hilo musical.
- **Enviar mensajería masiva** (sms, Whatsapp o mail) a clientes registrados para publicitar nuestros servicios, promociones o eventos de interés.

Y RECUERDA

**Promocionar nuestros servicios
debe ser un trabajo diario de obligado cumplimiento para todos**

Quién mejor que nosotros para vender la calidad de nuestro servicio.





**Federación Andaluza
de Autónomos del Taxi**

