

Что лучше – личный автомобиль или такси?

БЕРЕЗОВА ОЛЬГА
МАГИСТРАТУРА 1 КУРС

BEREZOVA7@GMAIL.COM

Выигрышные позиции такси

The logo for BBDO, consisting of the letters 'BBDO' in a bold, red, sans-serif font, positioned in the top right corner of the slide.

- ▶ Отсутствие трат на стоянку (Парковочное место в бизнес-центре СПб стоит около 18 000 в месяц), а также на страховку, ТО, мойку и т.д.
- ▶ Не нужно просыпаться по ночам и проверять на месте ли машина (в 2015 году по России угнали 36323 машины)
- ▶ Такси имеет право выезжать на полосу для общественного транспорта. Следовательно оно быстрее добирается до пункта назначения, чем рядовой автомобиль.
- ▶ Не нужно ориентироваться в городе и знать информацию о перекрытых дорогах. Водитель легко проложит выгодный маршрут и быстро сориентирует неверный курс GPS-навигатора.

АКЦИЯ «УДИВИ СЕБЯ»

The logo for BBDO, consisting of the letters 'BBDO' in a bold, red, sans-serif font, positioned in the top right corner of the slide.

- ▶ Задача – развить доверие к такси и сформировать образ водителя-экскурсовода, который знает все секреты города
- ▶ Целевая аудитория – туристы или люди, которые недавно переехали
- ▶ Ключевая идея – рассказать потребителям об интересных и «неизбитых» местах города.

Механика акции

- 1) SMM-стратегия. Использование фотографий малоизвестных мест в городе вместе с логотипом такси и хэштегом #удивисебя
- 2) Диспетчер предлагает услугу по которой таксист может доставить в интересное место в городе, с учетом того работает оно сегодня или нет. Это могут быть кафе, музеи, площадки с открытыми крышами и т.д.
- 3) Пассажиру больше не нужно думать куда же поехать, таксист сформирует увлекательный маршрут за вас.



Выводы

- ▶ Убедить окружающих, что такси лучше, чем личный автомобиль легко, когда тебе не нужно беспокоиться ни о сохранности машины, ни о правилах дорожного движения, ни о пункте назначения. Путешествия возможно даже в рамках города. Удивляйте себя!