

Jappis & Lounais-Suomen Taxidata: Monikanavainen mainonta rokkaa

Kun Lounais-Suomen Taxidata näkyy ja kuuluu radiossa, lehdissä, näyttötauluilla ja somessa, mainosten takana on tiivis, toimiva yhteistyö Jappiksen kanssa.

–Hyvän mainostoyhteistyön perusta on pitkäjänteisyys ja hyvä keskusteluyhteys. Niiden avulla homma rokkaa! Itse arvostan myös sitä, että yhteistyökumppanimme on turkulainen, joten esimerkiksi tapaamiset järjestyvät helposti ja nopeasti, sanoo myynti- ja markkinointipäällikkö Harri Lehtinen Lounais-Suomen Taxidatasta.

Monien turkulaisten tunteman Lounais-Suomen Taxidatan juuret ovat liki 70 vuoden takana, legendaarisessa Ula-taksissa. Ula-taksi on Suomen vanhin taksikeskus, joka perustettiin Turkuun vuonna 1953. Taksin välitystoiminta on jatkunut yhtäjaksoisesti siitä saakka, ja vuonna 1992 yrityksen nimeksi vaihtui Lounais-Suomen Taxidata. Lounais-Suomen Taxidata on alueen suurin toimija, jonka palveluksessa on noin 460 taksia ja 1200 koulutettua kuljettajaa.

Turvallinen ja luotettava brändi

Mainostoimisto Jappiksen ja Lounais-Suomen Taxidatan yhteistyö alkoi vuonna 2018, kun taksilaki uudistui ja kilpailu alalla kiihtyi. Taxidata halusi lähteä rakentamaan brändiään määrätietoistemmin, ja yrityksen palvelukseen tullut Harri Lehtinen löysi sopivan yhteistyökumppanin Jappiksesta.

–Taxidatan brändin rakentaminen on mukavaa, koska yritykseen liitetään niin positiivisia mielikuvia. Se on tuttu, turvallinen ja luotettava, ja yrityksellä on laadukas kalusto ja ammattitaitoiset



–Tuttu, toimiva tiimi on hyvän yhteistyön edellytys. Tunnettu toisemme hyvin ja ymmärrämme toisiamme, kertovat myynti- ja markkinointipäällikkö Harri Lehtinen ja Jappiksen AD Sauli Laine, asiakkuusjohtaja Eija Tammi ja digijohtaja Janne Saarinen.

kuljettajat, sanoo Jappiksen asiakkuusjohtaja Eija Tammi.

–Taksipalveluiden kohdeyleisö on hyvin moninainen, ja asiakkaita on kaikista ikäluokista, joten mahdollisuuksia on valtavasti. Ihmisten tarpeet ovat erilaisia eri vuodenaikoina, vuorokauden aikoina ja jopa eri viikonpäivinä! Tässä nousee tärkeään rooliin monikanavaisuus, jotta tavoitamme erilaiset asiakasryhmät, sanoo Tammi.

Taxidatalle tehdyn vuosisuunnitel-

man perusteella yritykselle toteutetaan tarpeen mukaan monikanavaisia mainosratkaisuita esimerkiksi televisioon, radioon, lehtiin, sosiaaliseen mediaan ja ulkonäyttöihin. Tavoitteena on aina toteuttaa kampanjoita, jotka ovat kustannustehokkaita ja taipuvat moneen mediaan. Tulokset analysoidaan ja niitä seurataan säännöllisissä palavereissa. –Kun Jappis onnistuu mainoskampanjassa, Taxidata saa positiivista palautetta, Lehtinen sanoo.

Historian havinaa mainoksissa

Eija Tammi kehuu sitä, että Taxidata on todellinen ihanneasiakas: aina avoin uusille ideoille ja kanaville.

Yksi onnistuneista yhteistyönä toteutetuista kampanjoista oli sloganiltaan ”Miljoonien kyytien kokemuksella”, ja Harri Lehtinen kertoo, että kampanjan tarjoja näkyy vieläkin autoissa. Kampanja oli kuljettajille mieluisin ja kertoi rautaisesta, pitkästä kokemuksesta.



Molemmille osapuolille mieluisa on myös tuorein kampanja, joka kertoo taksiryttäjä Sirkka Liitolasta, jonka perheessä taksin ajaminen kulkee melkein geneeissä. Kaikessa mainonnassa ammentaan mielellään yrityksen pitkästä historiasta ja ammattitaitoisista ihmisistä. Omia kampanjoita on tehty myös muun muassa Taxidatan ympäristöystävällisistä autoista ja monipuolisista yrityspalveluista, kuten esimerkiksi pikakuljetuksista, kertakorteista, omatolpasta ja premium-palveluista.



Jappis Oy
Kurjenlinna
Kurjenmäenkatu 10 B
20700 Turku
www.jappis.fi

0210041
TAXIDATA

Lounais-Suomen Taxidata Oy
Rieskalähteentie 85
20300 Turku
www.taxidata.fi