

Spencer Boeh

11/9/2023

Internship Essay

この夏私は TOKI という会社でインターンシップを行いました。TOKI は高収入の顧客を対象として料金が高い旅行のパッケージや文化体験を売ります。また、旅行りつあんのソフトウェアも売ります。このソフトウェアは顧客道のり作成道具です。勤務で TOKI はソフトウェアを売ります。このレポートでは、私が担当した業務を説明し、TOKI の企業分析を行います。

会社紹介

TOKI の社員数およそ三十名だと思います。事務所は二軒あり、一つは横浜にあり、そこで TOKI のプログラマーが Travesens を作っています。Travesens は Toki の道のりソフトウェアです。もう一つの事務所は東京の渋谷にあります。私はこの事務所で働きました。この事務所では顧客とのコミュニケーションや販売、リサーチを手がけています。TOKI の目標は本格的で高品質な日本文化体験を顧客に届けることです。TOKI は 2017 年に設立されました。TOKI の収支に関する書類を見たことはありませんが、利益は高く

ないと思います。TOKI は余程お金が詩人墨客の人間関係に養う呉ました。Toki の事務所は小さく、このクレムソンの教室と同程度です。よく僅かは従業員いません。数日間エアコンが効かないこともありました。この事務所は典型的の日本式がありませんでした。空きは露骨でした。このインターンシップは6月27日に始まり、7月22日に終わりました。私は毎日十時から仕事をはじめ、14時か15時に終業しました。インターンシップの一週目に、養成事後で新しい四人が仕込みました。週の養成で私は会社のシステムとソフトウェアを学ぶ用いました。TOKI での会議は主に Slack を使って毎日十一時に行われました。金曜日に別個全体会社の会議があります。毎日の会議で予定は全てインターンにが伝えられ、上司から新しい用事を渡されました。TOKI は独自のソフトウェアを作っており、Travesens といいます。最近 TOKI は勤めで Travesens を売るほしいです。最後に ZOHO というソフトウェアはご主人の Email を書く使います。

インターンシップの間、私が担当した業務は四種類ありました。場合によって担当業務は少し変わりました。一つ目の仕事は、新しく加わったインターンに教えることです。私は会社のソフトウェアの使い方をインターンに教えました。一週がありました。他のインターン5人と共に働きました。TOKI はあの従業員所定の指導員がありませんでした。私の二番の責任は新しい経験と場所を見つけりました。二番目に、Travesens のソ

ソフトウェアにデータを入力する？業務を行いました。これにより顧客の旅程の作成が容易になります。私の三番の仕事は顧客とのコミュニケーションでした。よく目上は私にメールを直す寄越しました。私の上司はよく Google 翻訳と ChatGPT を使ってメールを書きましたが、より自然に聞こえるように英語を直すこともよくありました。私の4つ目の業務は Toki のウェブサイトの記事を書くことでした。よく記事を書くのに ChatGPT を使うよう勧められることがありました。この記事は英語で書きました。

私の貢献

Toki では、私の最も重要な任務は記事を書くことでした。これ記事は Toki のウェブサイトに掲載されることを意図していました。これはインターネット検索エンジンで可視向上のために観客に成りました。Google という検索エンジンは、「検索エンジン最適化」を見せるものを使用して、視聴者に最適な結果を表示します。CEO はこれを行うために大量の記事図書館を作ったからです。すべての記事は従業員とインターンに因って英語で書きます。私たちはこれ記事のほとんどを作成するために ChatGPT を使用するよう指示されました。最初、これが私は馴染みがない、以前に ChatGPT を使用したことはありませんでした。私は三つの記事を書きました、その二つ記事はウェブサイトに掲載されました。私の記事は居酒屋と建築に関しました。このトピックに少しの

研究を行動しました。また、このトピックを説明するために、自分の経験と ChatGPT が書いた内容を使用しました。インターンシップが終了する、他のインターンたちはさらに多くの記事を書いていました。

ビジネス分析

Toki は観光業界にいます、この業界は高級と卑賤に分けることができます。卑賤の観光は文化の要素や慣習の深さを知ることに関心を持たず、主要な観光場所を訪れ、地元の製品を購入し、地元の食事を楽しむことがあります。通常、この観光は自己調査され、その人が利用可能な情報源に制約があります。高級観光は生来により独占的で、文化体験を重視し、最も純粋な形態の消費です。高級観光は通常、ネットワークと知識を提供するために会社の利用が必要です。Toki は高級観光体験を提供することに焦点を当てている会社です。そして、Toki は可能なり独占的で残る努力しています。Toki は販売をしません、口コミで新しい顧客を獲得してほしいです。私がビジネス文書見たでは、この慣行は十分に利益をありません。Toki の特長は顧客にユニークで独占的な体験を見つけるあります、そのベンダーと関係を維持します。Toki はソフトウェア (Travesens) を開発しました、他の旅行代理店に販売している。Travesens は多くの他の日本の旅行代理店や外国の代理店にとって需要がある製品ています。

現在、Toki は観光のオフシーズンで、特に顧客供給を安定させるのが難と感じています。これは Toki がある種のマーケティング活動を行かないと思います。私はマーケティングと広告を強く嫌なの、でも Toki は特定の企業と微妙なマーケティングパートナーシップから利益を得ると作ります。Toki が自分たちも高級ブランドと娘び、望んでいる顧客層き寄ることができるでしょう。それ以外にも、彼らは高級観光のウェブサイトへ広告を的を絞る、自分たちをより知名度の持ち直します。現在、Toki はいろいろな日本の文化要素を説明する記事のライブラリを作成することで（検索エンジン最適化）に登場しています。私はまた、Toki は CEO の考え方がよりアメリカ的であることから苦しんでいると部分的に信じています。

国産拡大

現在、Toki の目標は良い方向に向かっています。彼らは提供する体験のセットにさらなる充実を図っています。さらに、彼らは東京から京都や大阪や札幌などの他の大都市にガイドネットワークを拡大しようとしています。私は、もっと職人が会社と協力することが、さらに多くの潜在的な顧客を引き寄せるだろうと考えています。伝統的な体験は高級な観光客にとって興味深いですが、Toki は若い裕福な顧客も考慮すべきだと思います。新しい裕福な世代は、特に本物と考えられる体験にお金を使う意欲がありま

す。さらに、新しい潜在的な体験では、現代の日本の娯楽と文化の要素をもっと取り入れることができます。この種の体験のために、若い人たちを日本でガイドとして採用するのは簡単かもしれません。

Travesens

Toki の二つ目の大きな機会は Travesens ソフトウェアです。マーケティング戦略についてはあまり存じりません、それは良い製品です。汎用性があります、どの国の観光の業界に利用する可能性があります。Toki はソフトウェアをより多くの言語にローカライズするために翻訳者を雇うべきです。現在、そのソフトウェアは日本語と一部が英語で動作します。他の企業に販売する意向がある、言語の互換性は重要です。おそらく、Toki は Travesens を直接の競合他社に販売して、それが企業の主要な収益源になるまでサポートしたくないと考えているでしょう。Travesens の価格設定方法や販売戦略は見当たりませんでした。Travesens を SAAS（サービスとしてのソフトウェア）の形でマーケティングする戦略を開発することが重要です。まず最初に、Toki はターゲット市場を特定する必要があります。これは既に明確です；それは観光業界です。国の選択も重要であり、観光客が多い国が良いターゲットである可能性があります。Wikipedia によると、フランス、スペイン、アメリカ、トルコ、イタリアが最の観光客があります。した

がって、Travesens をこれらの言語に翻訳することは一番優先事項です。Travesens ソフトウェアの信頼性を構築するためには、試用版を潜在的の顧客に配布すべきです。これは販売を確保できそうだ、製品の潜在的な問題点を見つけるのに役立ちます。機能の種類。よりも、ソフトウェアを信頼性のあるも重要です。使用者の推薦文を収集することも、ソフトウェアの利点を潜在的な顧客に伝えるのに役立ちます。

最後

この論文では、私は Toki でのインターンシップ約て書きました。Toki は東京で拠点を置く、高級な旅行代理店です。この会社は約四十人の従業員を擁する小規模です。私のインターンシップの時には、いくつかの職務がありました。他のインターンの指導、日本文化に関する英語の記事の執筆、そして事務所の清掃をしていました。週に語日、一日七時間働きました。この会社には二つの側面があります、一つは消費者向けで、もう一つは他の企業向けです。Toki は観光客にいくつかの独自で伝統的の日本文化体験を提供しています。Toki はこれを、東京の職人や芸術家との関係構築に因って実現しています。Toki の業務のもう一つの側面は他の企業向けで、Travesens というゆばな特別なソフトウェアを開発しています。Travesens は取引先の旅行日程を簡単につくるために設計されています。このソフトウェアでは、Toki は提供するすべての体験の表を組

み立てています。現在、Toki は Travesens に機能を追加する作業を進めており、その後他の企業に販売を試みる予定です。Toki は現在、消費者向けのマーケティングは行っていません。新しい顧客を引き寄せるために口コミと SEO に依存しています。これは彼らが独占的に見えるようにしています。最後に、私は Toki が将来どのべきかについての意見を述べました。私は Toki がターゲット顧客が使用する高級ブランドと提携すべきだと考えています。これはまた、ネットワークを他の大きな日本の都市に拡大すべきです。東京に制限することで、他の都市を訪れ多くの顧客を逃している可能性があります。Travesens に関して、Toki はローカライズを優先すべきだと考えています。彼らは他の企業に販売したいです、対象の国と言語を選択すべきです。私はこれの対象として最も人気のある語つの国を選びました。最後に、Toki は Travesens の試用版を顧客に配布すべきです。これにより、フルバージョンの需要が生まれるでしょう。