

Maite Peris  
Directora de Información y Atención al Ciudadano  
Transports Metropolitans de Barcelona

Seminario Internacional:  
“Gestión Social de Metros en América Latina”

## PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y COMUNICACIÓN ESTRÁTEGICA. PROYECTO IAC TMB



Lima - Perú  
Agosto, 2016



Transports  
Metropolitans  
de Barcelona



# Índice

1. Punto de partida
2. ¿Qué sometimos a revisión?
3. Implantación del nuevo modelo
4. ¿Qué hemos conseguido?
  - 4.1 Cifras
  - 4.2 Evolución de canales
  - 4.3 Integración tecnológica
5. Principales retos 2016-2020



Transports  
Metropolitans  
de Barcelona



# 1

## Punto de partida



Transports  
Metropolitans  
de Barcelona



## Situación de partida: 2012

- ✓ Importancia y valoración que los ciudadanos otorgaban a la información sobre incidencias y a la atención al cliente
- ✓ Variación del contexto:
  - **Evolución constante de la tecnología**
  - **Aumento de las expectativas del cliente**
  - **Presión creciente del entorno** (activismo vecinal, mcm, colectivos específicos...)
- ✓ Gran variedad de canales sin una dirección integral





# 2

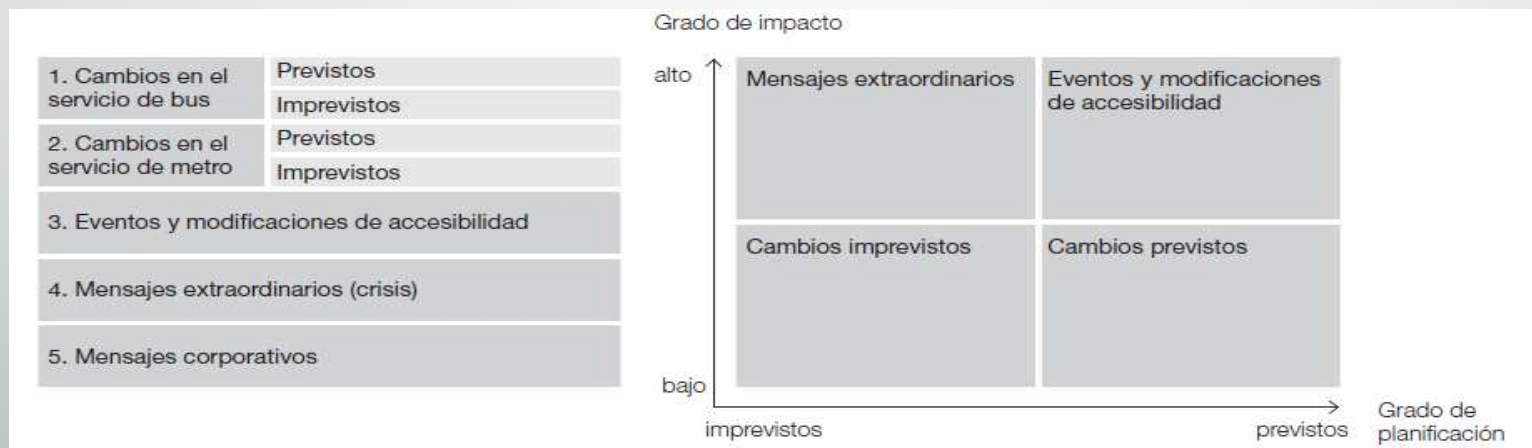
¿Qué sometimos a revisión?



Transports  
Metropolitans  
de Barcelona

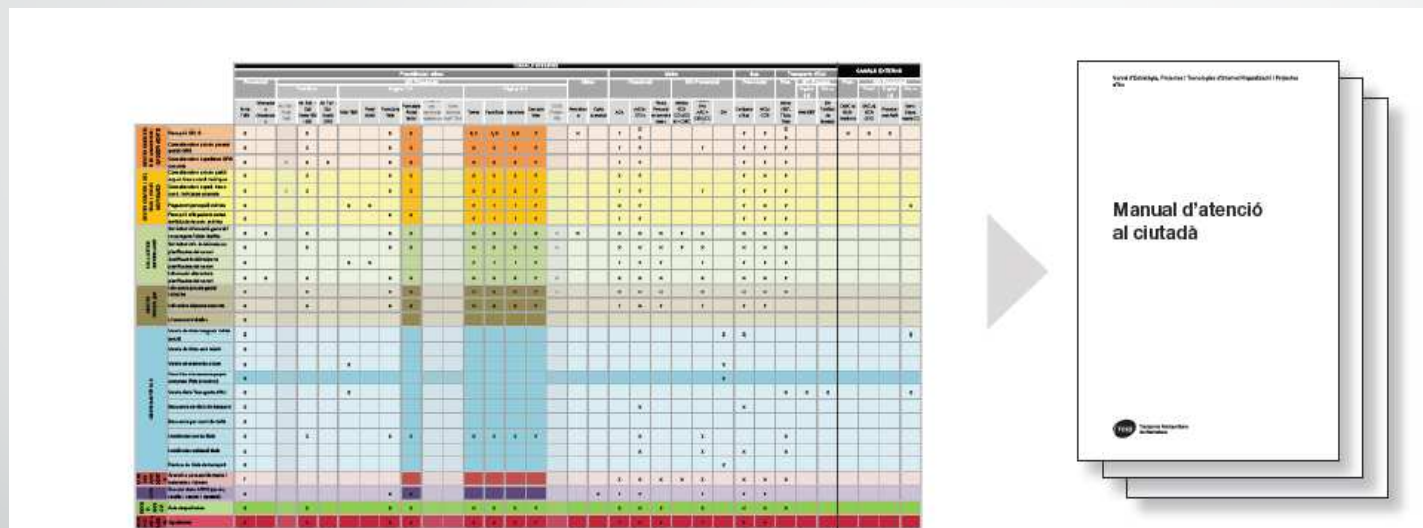


- ✓ Todas las situaciones susceptibles de ser informadas al cliente según tipologías y ámbito
- ✓ Fuentes de información tanto internas como externas
- ✓ Procesos de flujo interno/ Unidades implicadas y canales
- ✓ Clasificación de la información a comunicar:





- ✓ Elaboración de Manuales: Guía de estilo + 17 manuales
- ✓ Nueva matriz en atención al cliente

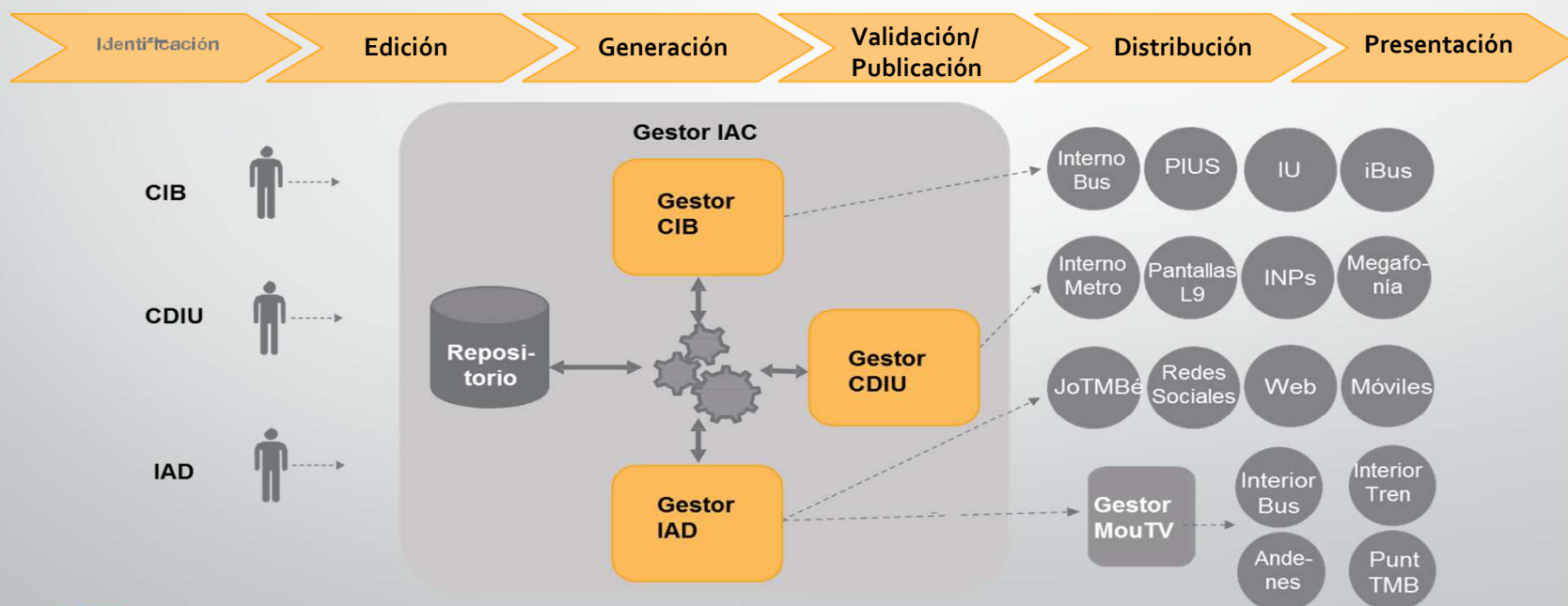


- ✓ Nueva organización: Nace el IAC



## Bases del nuevo modelo:

- ✓ Proximidad a la operación
- ✓ Consideración de la información y la atención como un atributo clave del servicio
- ✓ Eficiencia en los procesos. Tendencia a la automatización
- ✓ *Road map* tecnológico



# 3

## Implantación del nuevo modelo



Transports  
Metropolitans  
de Barcelona

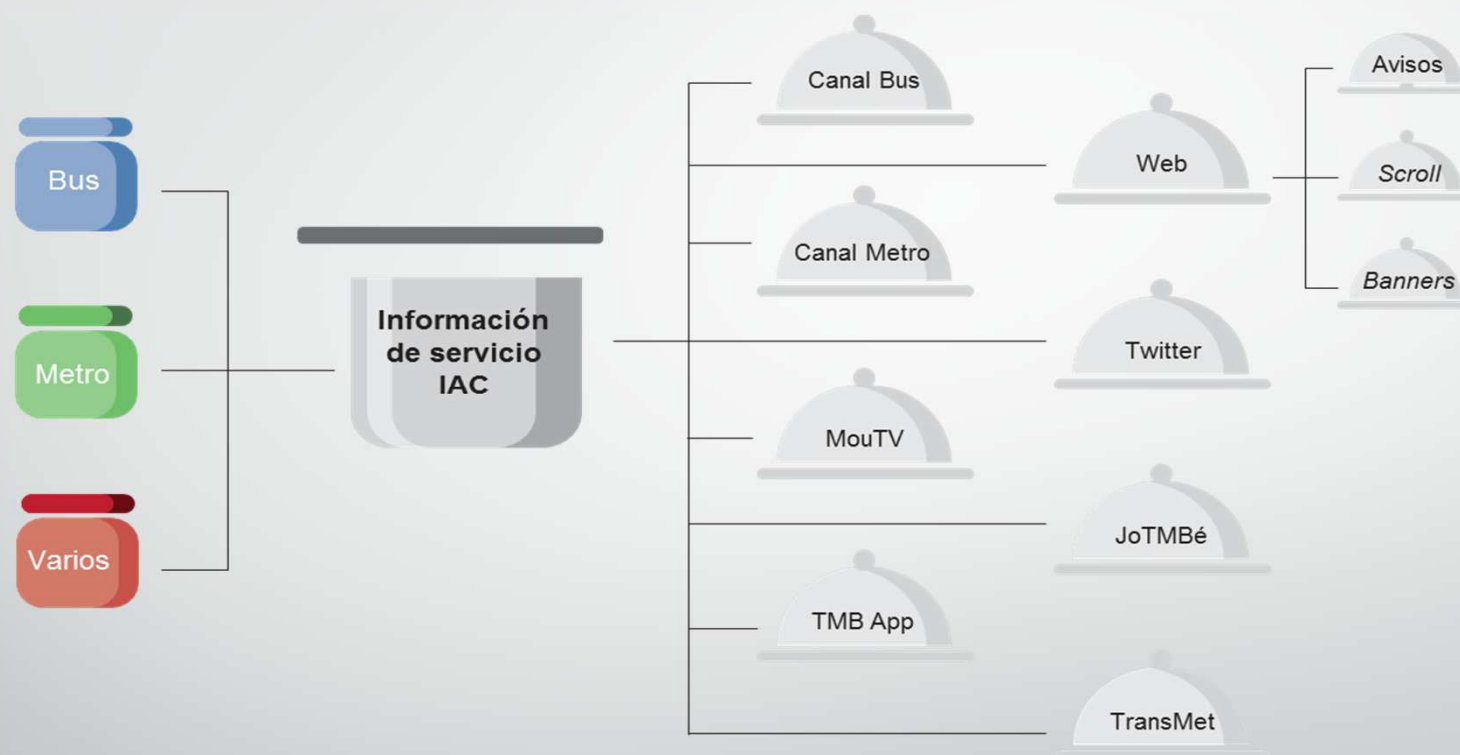


## Líneas maestras

- ✓ Visión unificada de la información de servicio por parte del ciudadano
- ✓ Apuesta por la información en tiempo real y la personalización máxima
- ✓ Apuesta por la digitalización del servicio
  - liderazgo e I+D en información y atención digital
  - tendencia a la captación de datos
  - apuesta por la movilidad
- ✓ Transparencia informativa
- ✓ Mejora en el uso de los canales, evitando la sobresaturación
- ✓ Comité de Coordinación de la Información: rótula del proyecto
- ✓ Constitución de un CCI con personal polivalente y capaz de ofrecer contenido de calidad



# IAC: La cocina de la información de servicio



# 4

## ¿Qué hemos conseguido?



Transports  
Metropolitans  
de Barcelona



# 4.1

## Cifras



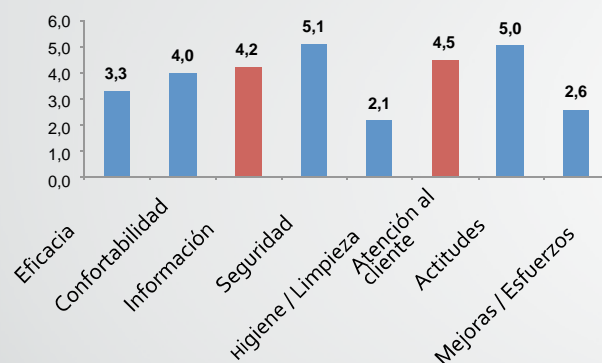
Transports  
Metropolitans  
de Barcelona



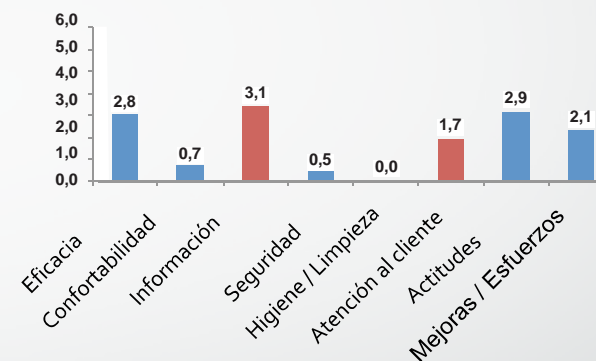


# Instrumentos de medición

Satisfacción global red Metro por atributos  
(Evolución 2010-2015)



Satisfacción global red Bus por atributos  
(Evolución 2010-2015)



Los atributos relacionados con la información y la atención al ciudadano están entre los que más suben en valoración, tanto en Metro como en Bus.

# 4.2

## Evolución de los canales



Transports  
Metropolitans  
de Barcelona



# Evolución de los canales

## Bus

PIUS: 292

- PSI (17) 40 (AMB)
- Pantallas táctiles (2)

*Ya cubrimos el **80%** del pasaje*

SIU: Evolución-Alteraciones

## Metro

Megafonía: SC

INP: SC



Transports  
Metropolitans  
de Barcelona

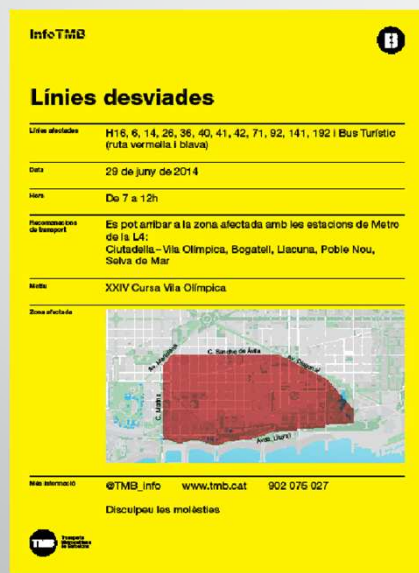


# Evolución de los canales

## Corporativos

### Canal estático:

Nuevo formato de avisos informativos



### JoTMBé:

- Desarrollo del plan de alertas de servicio
- + de 300.000 miembros (elevadas tasas de apertura)



# Evolución de los canales

## Corporativos

### Web:

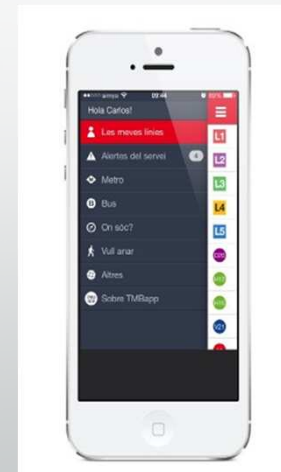
- 700.000 visitas mensuales
- Inclusión del "semáforo" y sección de Estado del Servicio
- Remodelación de la sección "Atención al cliente": agosto 2014

### Web móvil:

Evolución a *responsive*

### TMB App:

- 310.000 usuarios únicos
- Proyecto de configuración de comunicaciones
- Versión de la *app* disponible para relojes inteligentes - julio de 2015



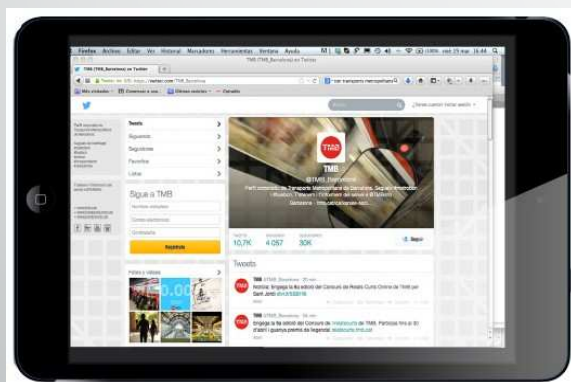


# Evolución de los canales

## Corporativos

### @TMBinfo:

- Tres años de funcionamiento
- 23.000 seguidores
- 2016: Fase analítica



### Mou TV

2400 puntos de emisión  
Revisión del canal-2016





# Evolución de los canales

## Nuevos Canales Ayto

### Marquesinas inteligentes (*smartquesinas*):

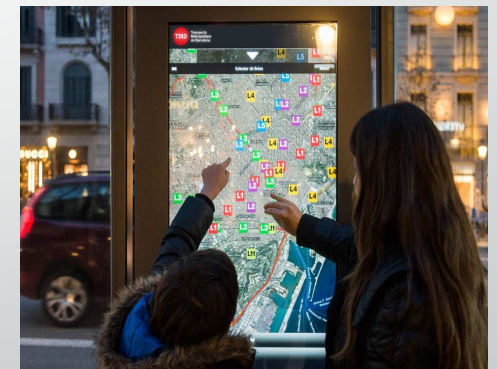
- Pg. de Gràcia: 8+1 en Pg. de Gràcia
- Diagonal: 6 unidades

### Barcelona Contactless (QR / NFC):

Finalización plan de implantación en la totalidad de la red de Metro y Bus.

### Barcelona Wi-Fi:

Implantación en las redes de Metro y Bus 2016



# 4.3

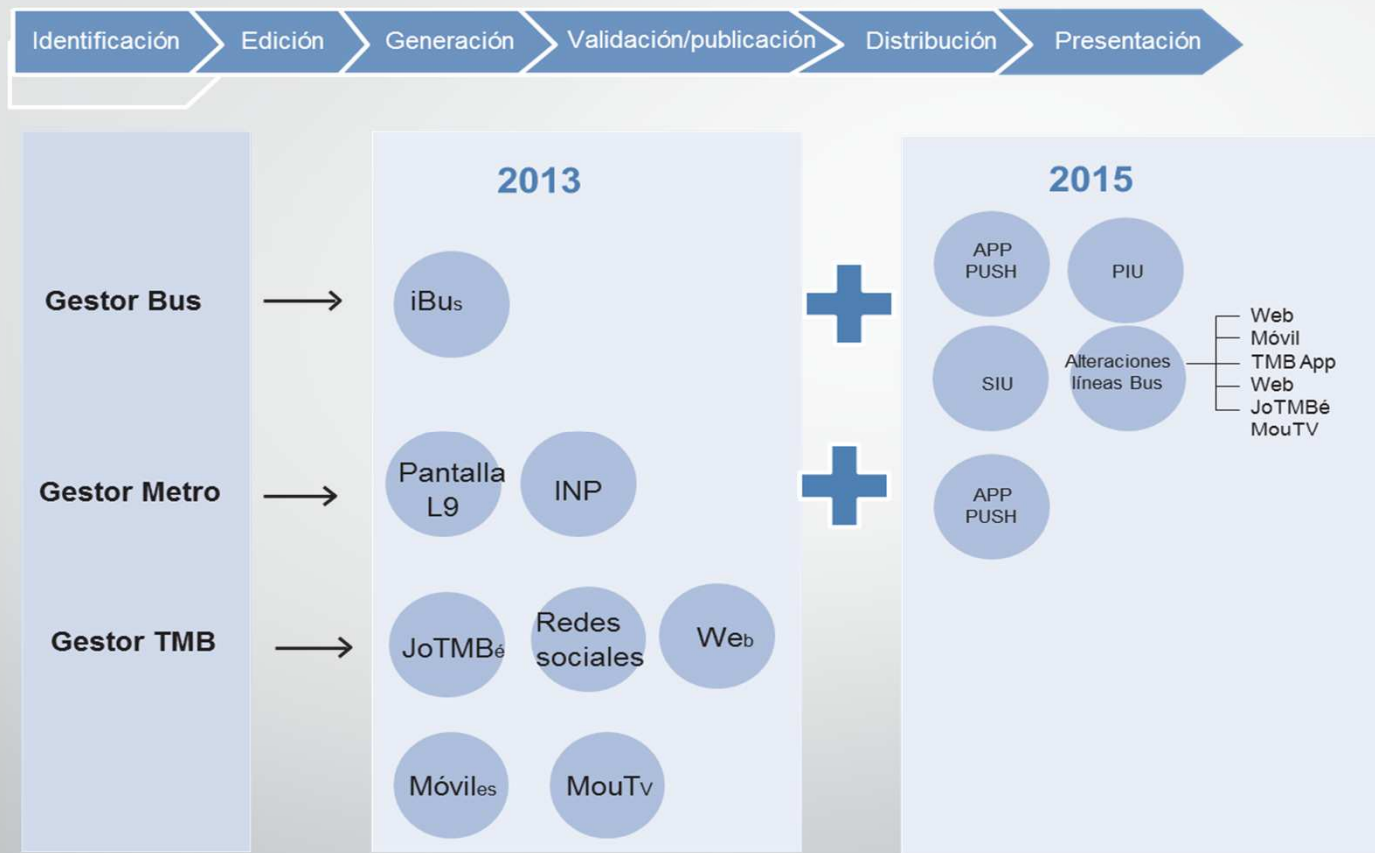
## Integración tecnológica



Transports  
Metropolitans  
de Barcelona



# Integración tecnológica



# 5

## Principales retos 2016-2020



Transports  
Metropolitans  
de Barcelona



# Proyectos prioritarios

✓ Modernización del *front office* y *back office* de los procesos de atención (i+D):

- Puntos TMB
- Call Center
- Atención digital
- Gestión de Quejas y Reclamaciones
- Gestión administrativa del fraude

✓ Monitorización y métricas

✓ Puesta en servicio de la L9S y L10S

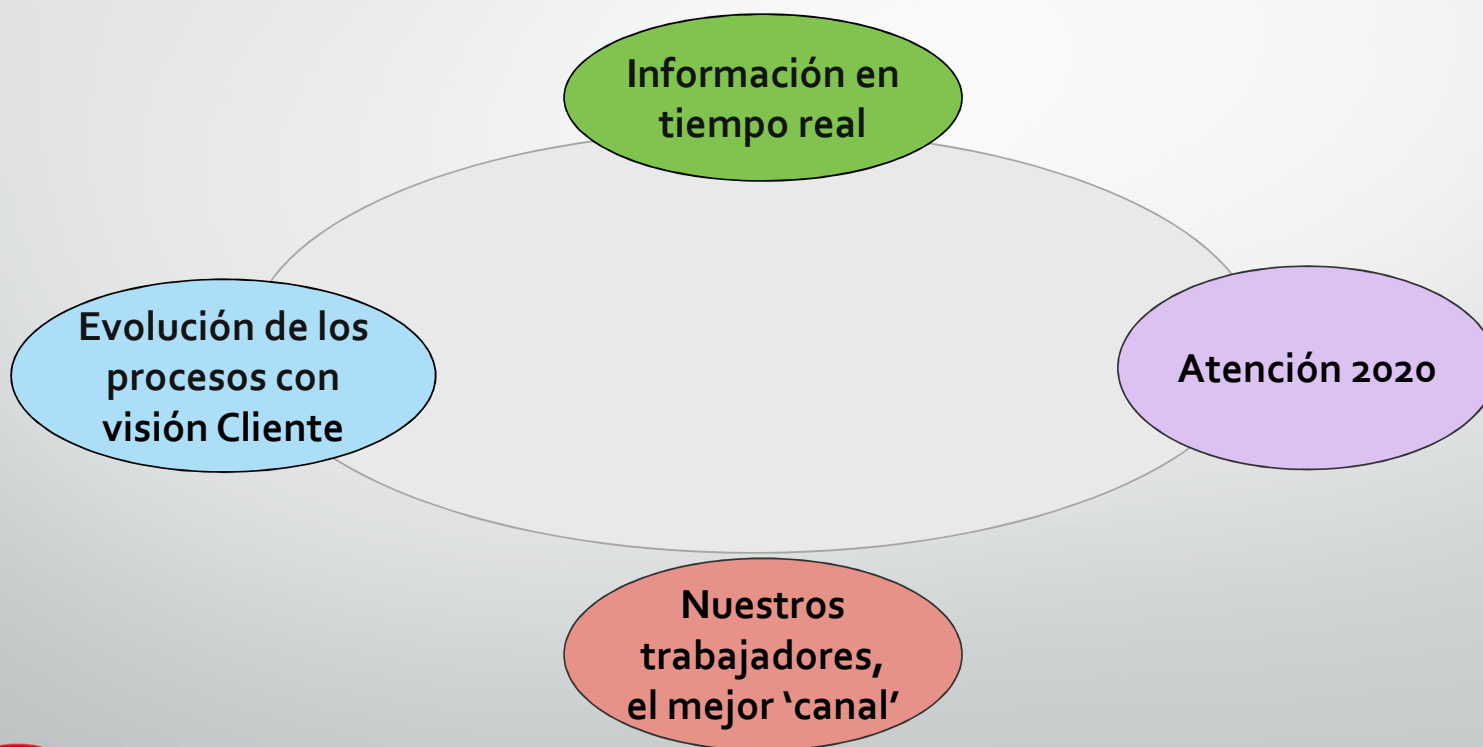
✓ 5ª fase de la NXB

✓ "T-Mobilitat"



# Proyectos prioritarios

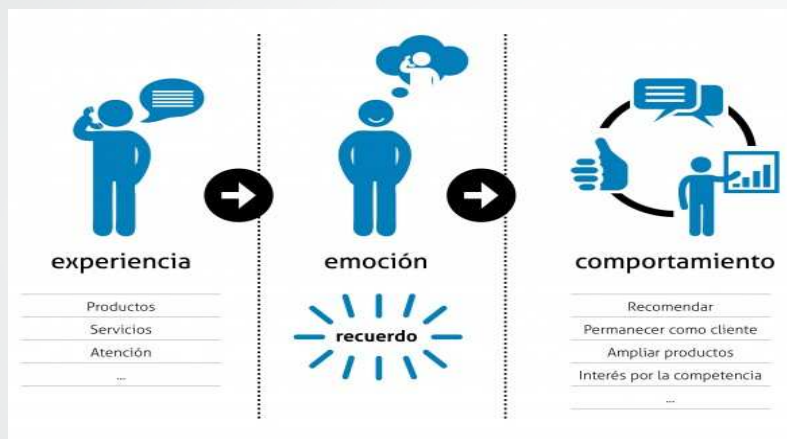
- ✓ Elaboración del Plan Director de Información y Atención al Ciudadano 2016-2020





# Proyectos prioritarios

- ✓ Migración hacia el concepto de *customer experience*



- ✓ Definición de la identidad de servicio al cliente y grado de recuerdo en nuestras interacciones
- ✓ Gestión emocional de las necesidades del cliente (“experiencias dignas de ser contadas”)
- ✓ Nuevo enfoque: ligar la experiencia del cliente con los procesos internos

# Muchas gracias.

**Maite Peris**  
**Directora de Información y Atención al ciudadano**  
**mperis@tmb.cat**



Transports  
Metropolitans  
de Barcelona

