



Asociación Latinoamericana de
Metros y Subterráneos

Digitalización para la
mejora del servicio y la
comunicación con los
clientes

Junio 2021

Índice



TMB

1. Sobre TMB



TMB GO

1. Propuesta de valor
2. Estrategia y Posicionamiento
3. Arquetipos de clientes objetivo
4. Tipos de contenidos
5. User Journey
6. Campaña Comunicación



1. Sobre TMB

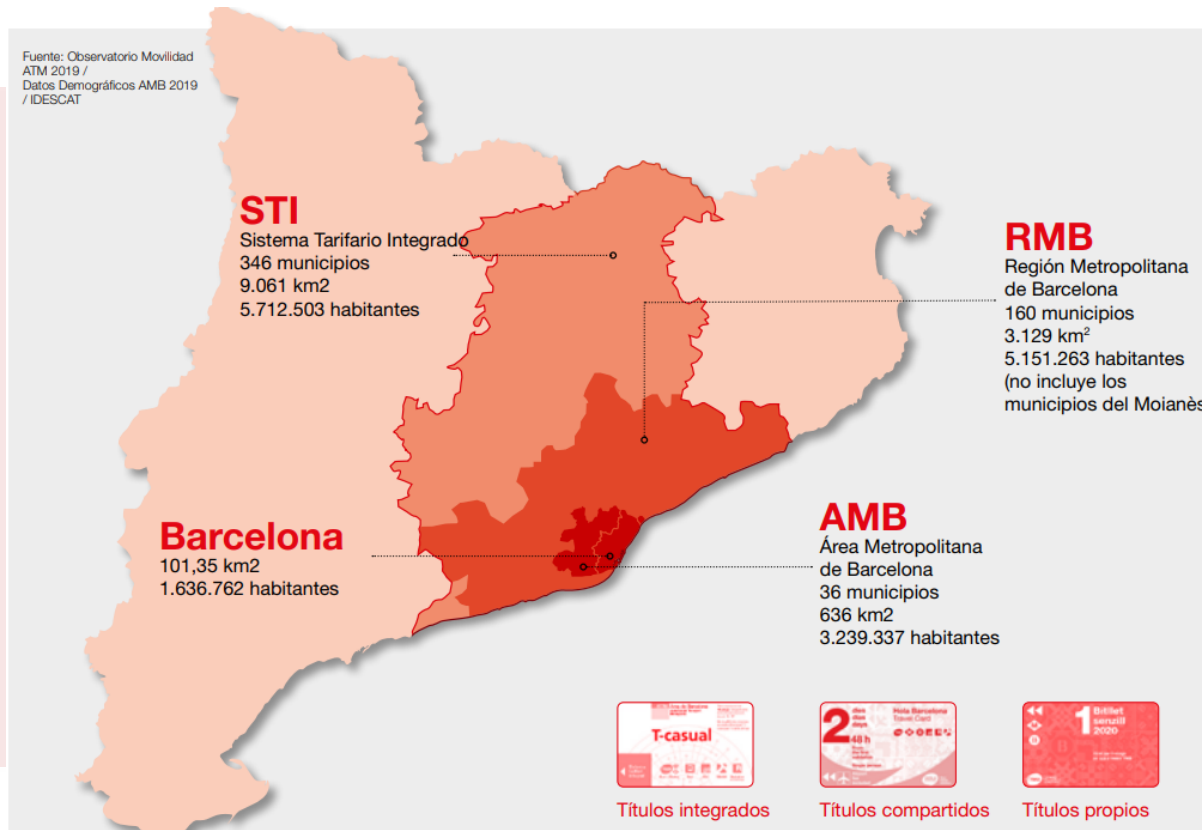
Transports Metropolitans de Barcelona es la empresa gestora de la Red de Metro y Bus de Barcelona y los 10 municipios de su área metropolitana.



627.350.000

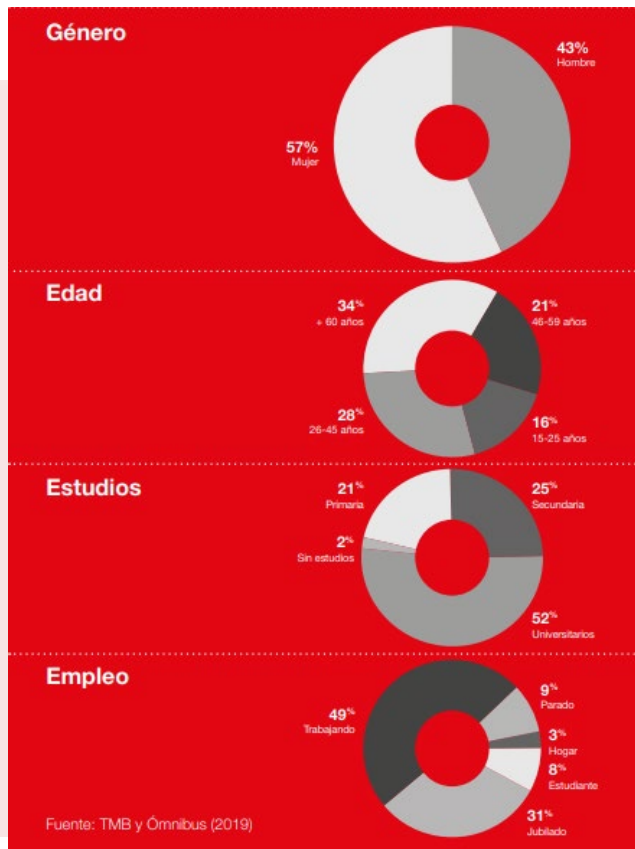
Viajeros transportados
(total ámbito STI: 1.056.600.000)



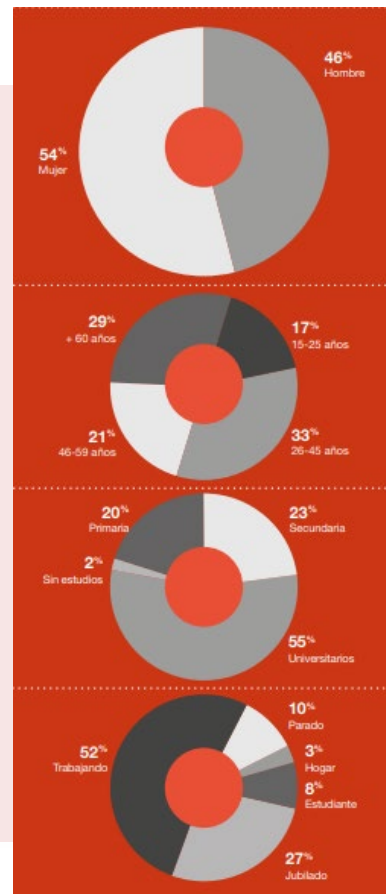




Perfil del cliente residente bus



Perfil del cliente residente metro



A photograph of a male musician with blonde hair and sunglasses, wearing a red shirt and a patterned guitar strap. He is singing into a silver microphone. In the background, a person is making a hand gesture, and another person is visible on the right. The scene is set against a stone wall.

Una nueva experiencia móvil de
entretenimiento

TMBgo+

1. Propuesta de Valor



TMB te lleva a tu destino y te ameniza el viaje con contenido que no te esperas.

La nueva app de TMB que te ofrece información del servicio en tiempo real, actualidad, entretenimiento y promociones

2. Estrategia y posicionamiento

TMB GO se posiciona como **nuevo canal digital de comunicación con el cliente** que ofrece información de servicio, entretenimiento y participación por parte del cliente para aportar mejoras en el servicio.

- **Información de servicio:** Información en tiempo real y geolocalizada del servicio (tiempo de paso, ocupación, incidencias, etc) simplemente escaneando el código ddtag.
- **Contenidos personalizados y geolocalizados** para los clientes para una mejor experiencia de viaje. Estos contenidos pueden ser guardados, valorados o compartidos entre la comunidad de usuarios .
- TMB GO también propone un **espacio digital bidireccional de comunicación** entre empresa y cliente en el mundo digital. El cliente puede realizar propuestas de mejoras mediante micro encuestas hipersegmentadas o reportando de manera ágil cualquier incidencia a través de TMB GO. La empresa comparte sus mensajes o campañas en este mismo entorno.

3. Arquetipos de clientes objetivo:



Estudiantes

- Chicos y chicas de entre 16 y 25 años
- Están estudiando (colegio, universidad o instituto)
- Viven en el AMB
- Son nativos digitales



Heavy users

- Personas que cogen el metro habitualmente (al menos 3-4 veces por semana) porque es su medio de transporte
- Viven en el AMB
- Hacen los mismos trayectos a diario y conocen bien la red de Metro



Viajeros

- Personas que cogen el metro habitualmente con sus hijos menores de 10 años
- Viven en el AMB
- Viajan tanto entre semana como los fines de semana
- Incluye mujeres embarazadas y madres/padres con cochecitos

3. Tipos de contenidos:

Información del servicio
de bus y metro

Actualidad

Entretenimiento

Promociones



Información sobre tu
parada o estación,
incidencias en el servicio,
próximas salidas de bus y
metro y niveles de
ocupación

Información del servicio de bus y metro

Actualidad

Entretenimiento

Promociones



Titulares del día, noticias
geolocalizadas sobre tu
distrito o municipio

Información del servicio
de bus y metro

Actualidad

Entretenimiento

Promociones



Lugares emblemáticos de
la ciudad, curiosidades y
hechos históricos, libros y
audiolibros, etc.

Información del servicio
de bus y metro

Actualidad

Entretenimiento

Promociones





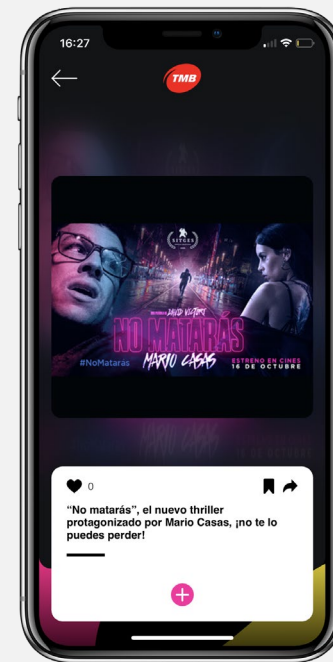
Información del servicio
de bus y metro

Actualidad

Entretenimiento

Participa en el las
promociones del
programa de puntos de
JoTMBé.

Promociones

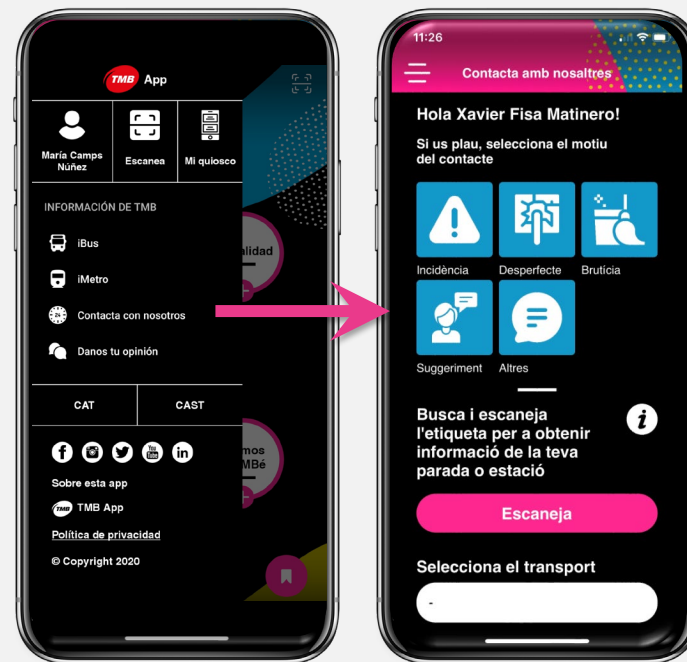


Accesibilidad

Contenidos accesibles para personas con discapacidad auditiva o visual



Selecciona la incidencia y escanea la etiqueta,
**automáticamente se incorporan los datos
necesarios** geolocalizados donde se enviarán a
atención al cliente de TMB.

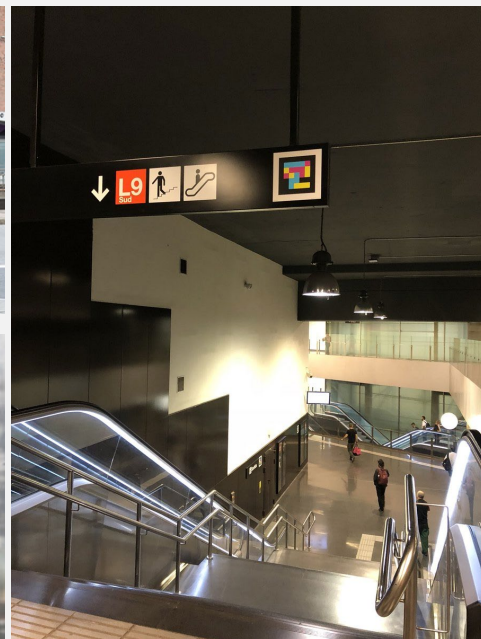


A hand holding a smartphone with a TM890 logo, positioned in front of a glass door with a colorful pixelated logo.

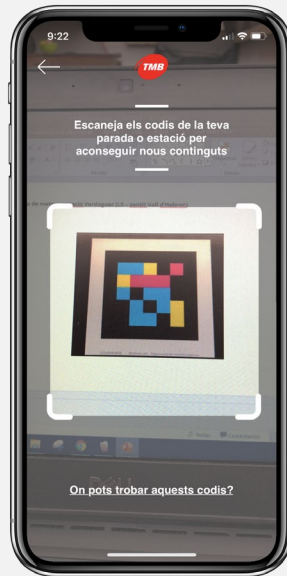
USER JOURNEY

¿Cómo se vive la experiencia?

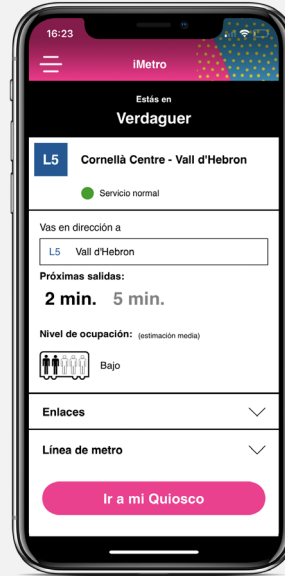
Escanea desde lejos con la app
uno de los más de **13.000**
códigos distribuidos por toda la
Red TMB y descárgate un pack
de 6 contenidos **TMBgo**



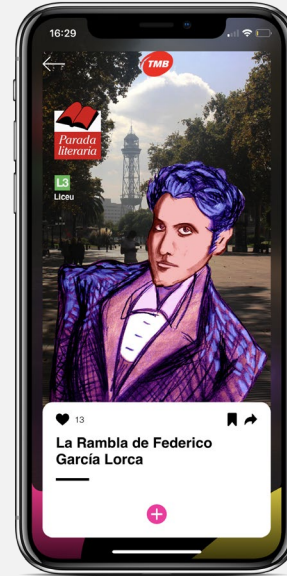
Mecánica



Escanea el código



Recibe info de servicio



Disfruta de los contenidos



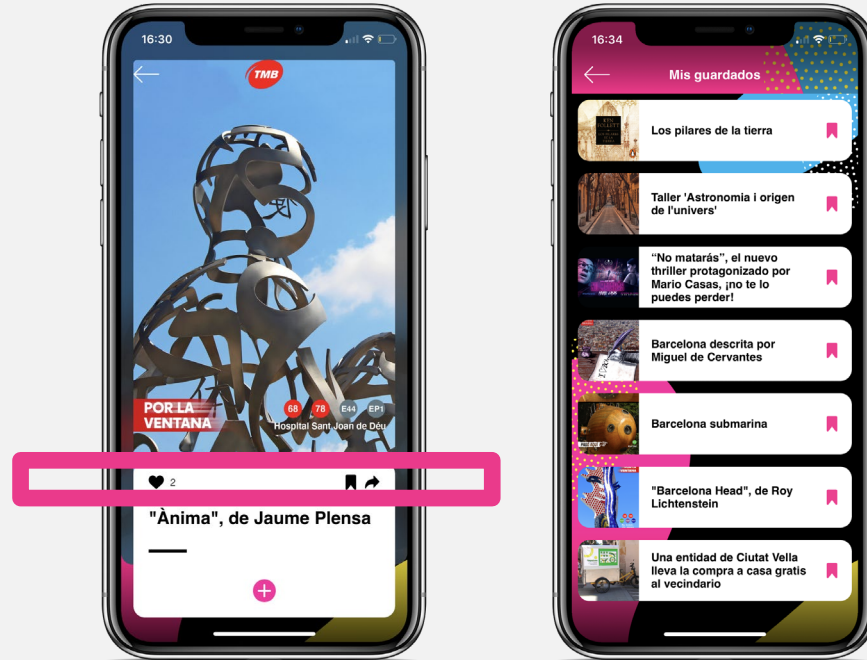
Vuelve a escanear

Mecánica

Puedes:

- Valorar
- Guardar
- Compartir

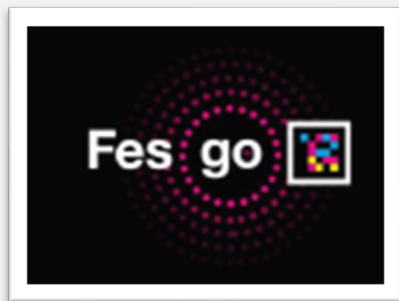
todos los contenidos



Campanya

TMBgo

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN



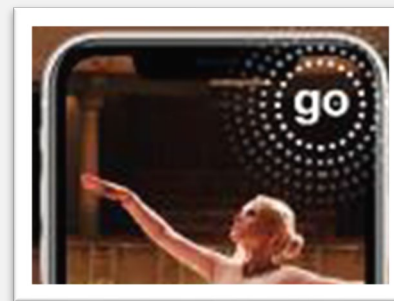
FASE I: TEASER

- El objetivo es crear **expectativa** mostrando la etiqueta y la acción



FASE 2: ACCIÓN LANZAMIENTO FES GO

- El objetivo es dar a conocer el nuevo player: La ddtags para potenciar a la descarga

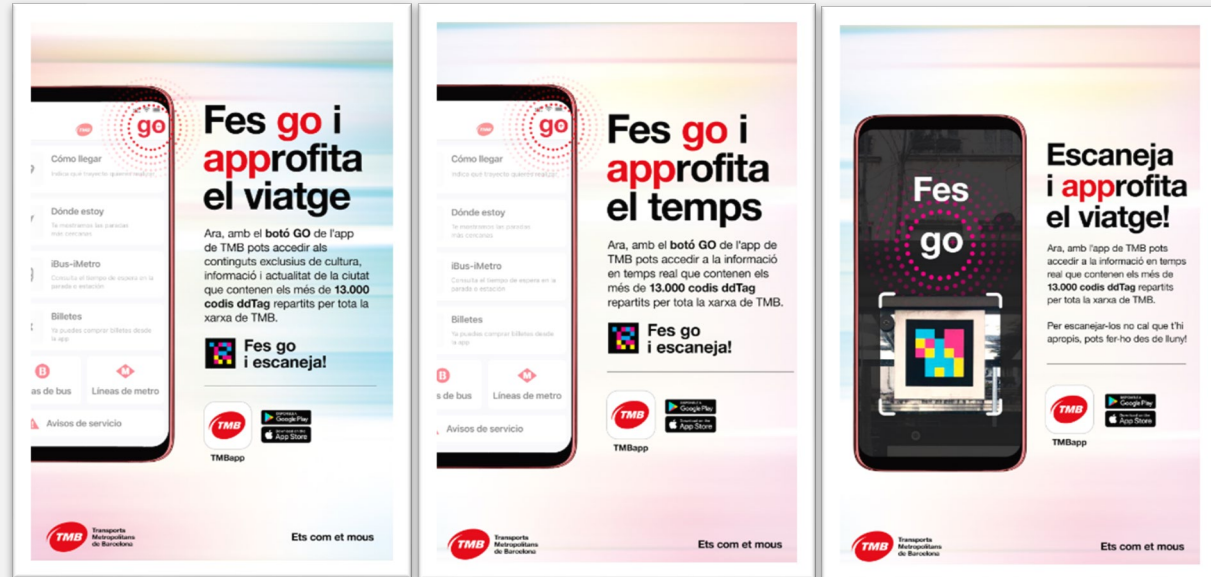


FASE 3: ACCIÓN PROMOCIÓN CONTENIDOS ESPECÍFICO

- El objetivo es incentivar la **captura de las etiquetas** y dar a conocer los contenidos de la aplicación

FASE 2: ACCIÓN LANZAMIENTO 'FES GO

Creatividades



Approvechatu viaje conTMBgo

FASE 3: ACCIÓN PROMOCIÓN CONTENIDOS ESPECÍFICOS

Creatividades



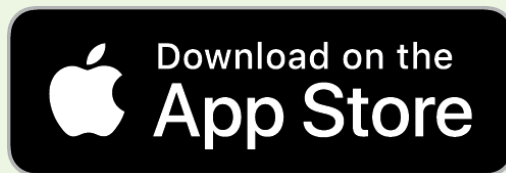
FASE 3: ACCIÓN PROMOCIÓN CONTENIDOS ESPECÍFICOS

Creatividades

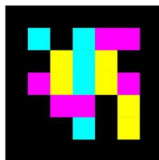




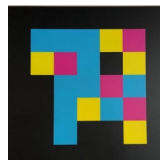
Aprrovecha tu viaje
con TMBgo



Samplecodes



Bus



Metro