



Alamys

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





TMB

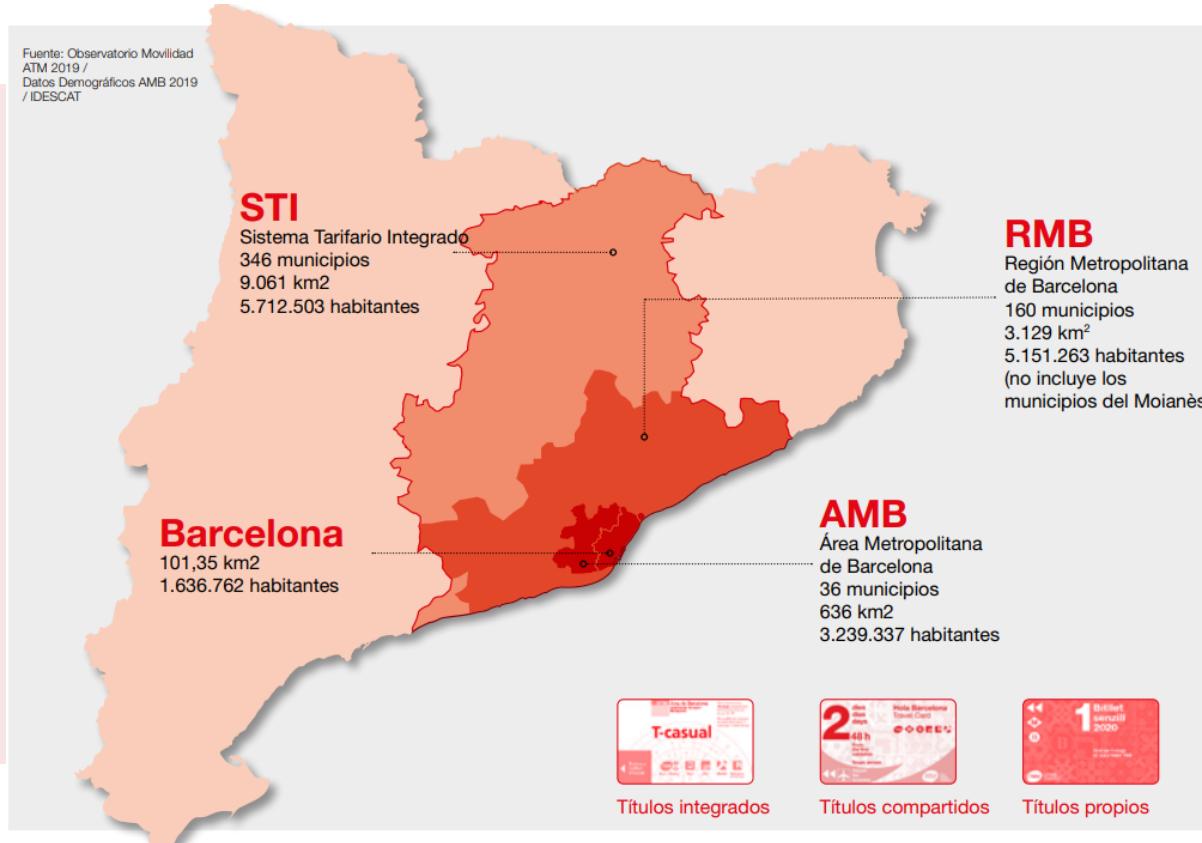
1. Sobre TMB

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.



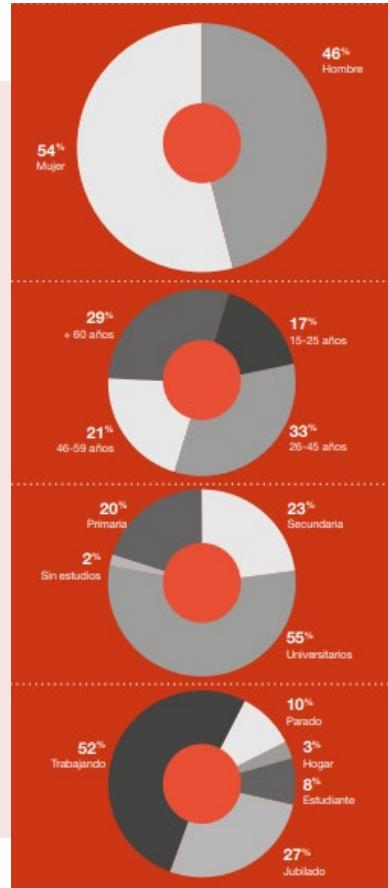
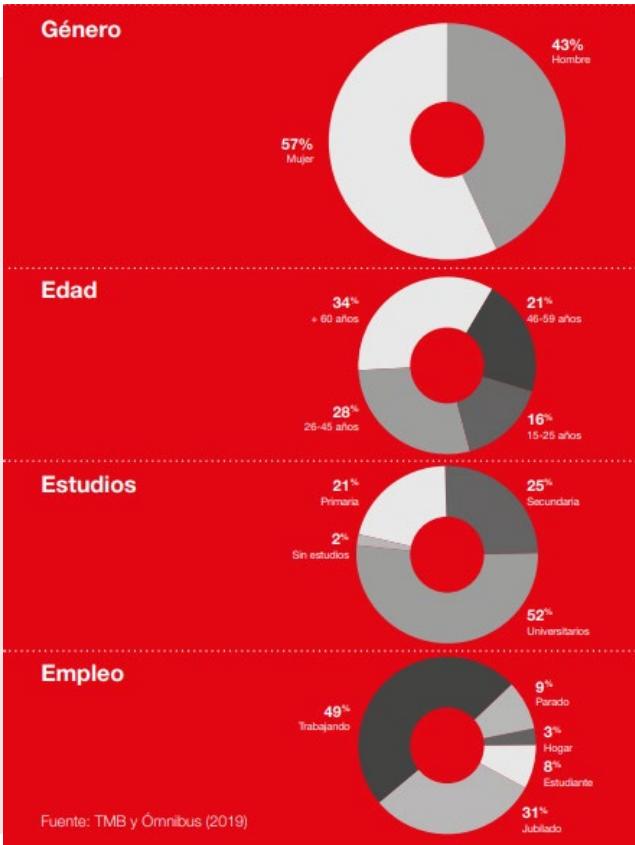
627.350.000
Viajeros transportados
(total ámbito STI: 1.056.600.000)







Perfil del cliente residente bus



Perfil del cliente residente metro



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 **un 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 **espaciодigital 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 dia, 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





15

Participa en las promociones del programa de puntos de JoTMBé.

— Promociones —

Información del servicio de bus y metro

Actualidad

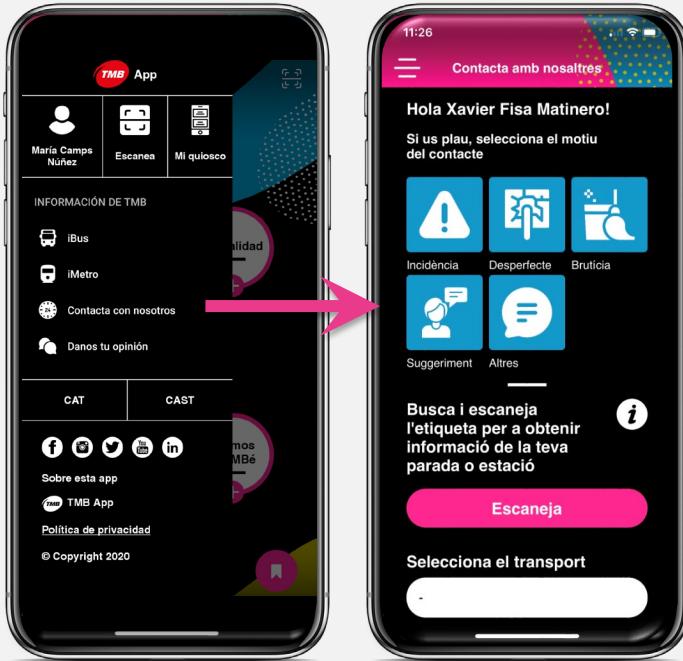
Entretenimiento



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.



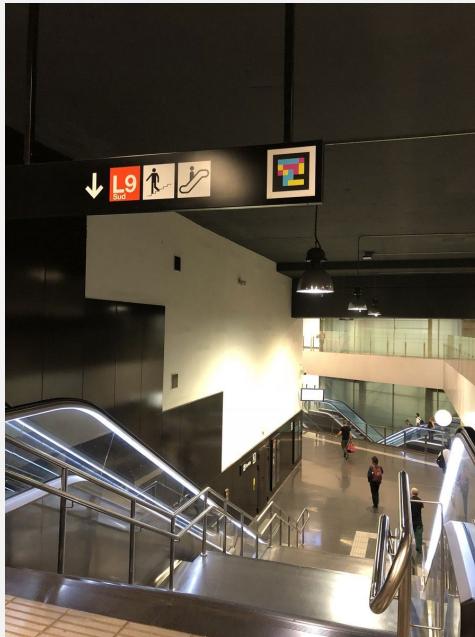


USER JOURNEY

¿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



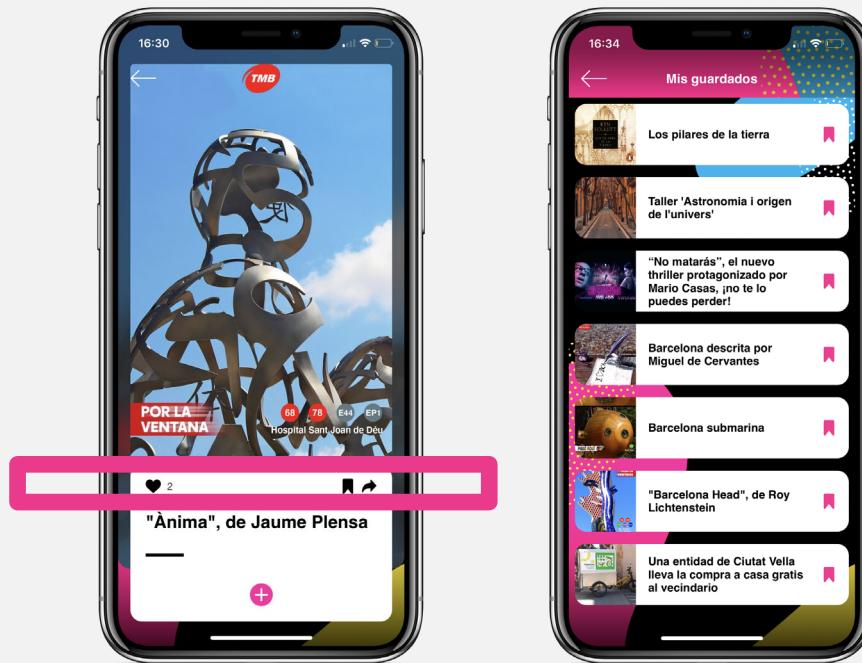
Vuelve a escanear

Mecánica

Puedes:

- Valorar
- Guardar
- Compartir

todos los contenidos





Campanya

TMBgo

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN



FASE I: TEASER

- El objetivo es crear expectativa, mostrar 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

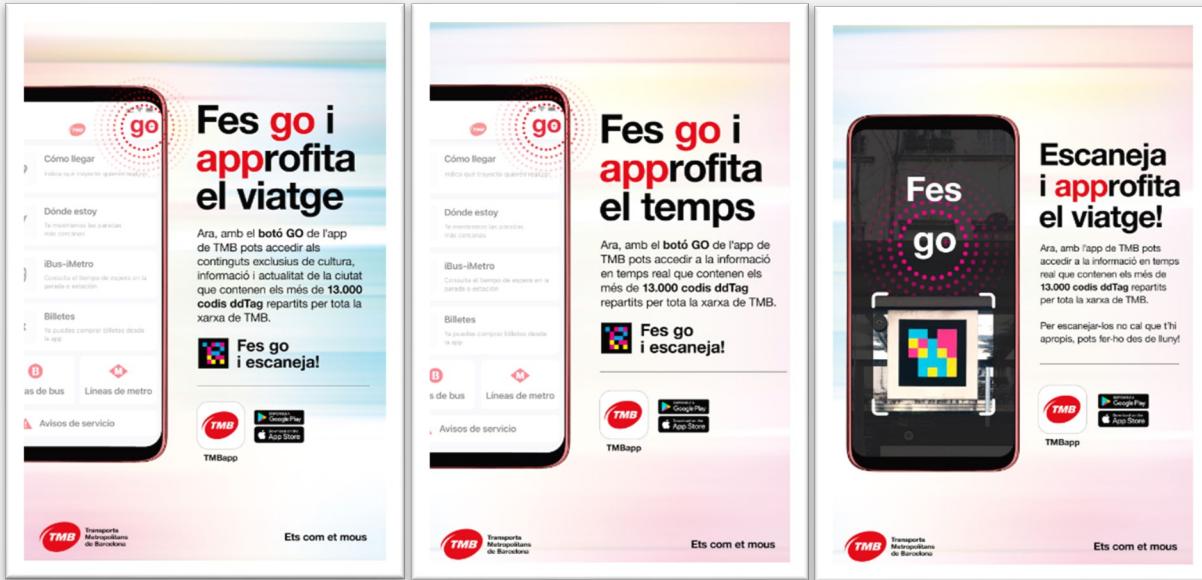


FASE 3: ACCIÓN PROMOCIÓN CONTENIDOS ESPECÍFICO

- 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



FASE 3: ACCIÓN PROMOCIÓN CONTENIDOS ESPECÍFICOS

Creatividades



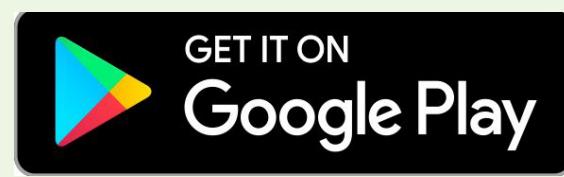
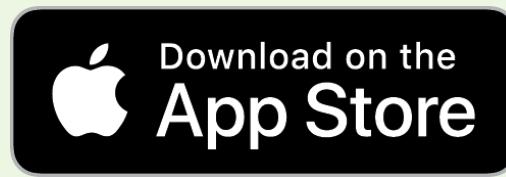
FASE 3: ACCIÓN PROMOCIÓN CONTENIDOS ESPECÍFICOS

Creatividades

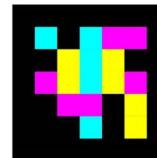




**Approvecha tu viaje
con TMBgo**



Samplecodes



Bus



Metro