

## Respuesta de Metro de Madrid

El equipo de Marketing de Metro de Madrid no se comunica con nuestros clientes a través de correo electrónico. Es importante recordar que Metro de Madrid, como operador, no tiene acceso directo a los clientes, que pertenecen al Consorcio Regional de Transporte de Madrid.

En el departamento de Marketing gestionamos la tienda online "La Tienda de Metro de Madrid". Tenemos la intención de iniciar en breve campañas de marketing destinadas a mejorar tanto las ventas como la percepción de la marca. Para este caso respondemos a sus preguntas:

1. La herramienta a utilizar será "mailchimp"
2. En el proceso de registro como cliente de la tienda, solicitamos permiso para enviar este tipo de comunicaciones, de acuerdo con la legislación de datos personales.
3. Por el momento no utilizamos ninguna otra base de datos
4. En estos correos enviaremos ofertas y novedades sobre los productos de "La Tienda de Metro de Madrid" a los clientes que hayan mostrado su interés.
5. Para una tienda online, entendemos que es una herramienta preferente
6. Las tareas son asumidas por el equipo de Marketing existente.

--

## Resposta do Metro de Madrid

Metro de Madrid Marketing team does not communicate with our customers via email. It is important to remember that Metro de Madrid, as an operator, does not have direct access to customers, who belong to the Regional Trasport Authoruty (Consorcio Regional de Transporte de Madrid)

In the Marketing department we manage the online store "La Tienda de Metro de Madrid". We intend to start shortly marketing campaigns aimed to improve both sales and brand perception. For this case we answer your questions:

1. The tool to use will be "mailchimp"
2. In the process of registering as a customer of the store, we request permission to send this type of communication, according to the personal data legislation.
3. At the moment we do not use any other database
4. In these emails we will send offers and news about the products of "La Tienda de Metro de Madrid" to customers who have shown their interest.
5. For an online store, we understand that it is a preferred tool
6. The tasks are assumed by the existing Marketing team.