

Respuesta del Metro de Medellín:

1 – Qué herramientas se utilizan para gestionar el email marketing;

Tenemos una herramienta elegida para gestionar el envío de correos electrónicos (e-goi), disponemos de un software llamado Active Campaign, que nos permite enviar correos a listas previamente elaboradas por nosotros, hacer seguimiento al número de aperturas de mensajes y otras métricas de interés.

2 – ¿Cómo se procede a capturar la mayor parte de los contactos de la base de datos?

Aprovechamos escenarios de relacionamiento con nuestros grupos de interés, como eventos y reuniones, para nutrir estas bases de datos. También hay casos en los que deben entregarlos para realizar algún tipo de transacción con nosotros (por ejemplo obtener la tarjeta Cívica, que permite el pago del viaje; presentarse a procesos contractuales como posible oferente). Otra fuente de estos datos son terceros con los que tenemos alguna relación.

3 – ¿Estos contactos están incluidos en alguna otra base de datos?

Sí. En la empresa tenemos una base de datos consolidada de grupos de interés. De los usuarios tenemos una por separado, al igual que de los proveedores.

4 – ¿Qué contenido prefieres comunicar en el email marketing?

Noticias de interés sobre los proyectos de la Empresa, invitación a eventos, solicitudes de participación en encuestas o sondeos de opinión.

5 – ¿Sientes que es el medio de comunicación preferido por un público en particular?

Grupos de interés como nuestra junta directiva (directorio o Board of Directors) y los clientes comerciales demuestran una preferencia alta por este medio.

6 – ¿Con qué recursos humanos cuenta el equipo que gestiona el email marketing?

La plataforma Active Campaign está incluida en el contrato de servicios digitales. El contratista cuenta con un personal de entre 3 y 4 personas que no se dedican exclusivamente a esta plataforma. En lo que se refiere a empleados propios del Metro de Medellín, hay un profesional de la Dirección de Comunicaciones que supervisa el contrato (dedicación aproximada del 40%, teniendo en cuenta que este contrato no es solo para la administración de la plataforma) y otro que vela por la adecuada actualización de la base de datos (dedicación aproximada del 10%).

--

Resposta do metrô de Medellín:

1 – Quais ferramentas são utilizadas para gerenciar o email marketing;

Temos uma ferramenta escolhida para gerir o envio de emails (e-goi), temos um software chamado Active Campaign, que nos permite enviar emails para listas previamente elaboradas por nós, acompanhar o número de aberturas de mensagens e outras métricas de interesse.

2 – Como você procede para capturar a maioria dos contatos no banco de dados?

Aproveitamos cenários de relacionamento com nossos públicos, como eventos e reuniões, para nutrir esses bancos de dados. Há também casos em que eles devem entregá-los para realizar algum tipo de transação conosco (por exemplo, obter o cartão Cívica, que permite o pagamento da viagem; submeter-se a processos contratuais como possível licitante). Outra fonte desses dados são terceiros com os quais temos relacionamento.

3 – Esses contatos estão incluídos em alguma outra base de dados?

Sim. Na empresa temos um banco de dados consolidado de grupos de interesse. Temos um separado para usuários, bem como para provedores.

4 – Qual conteúdo você prefere comunicar no email marketing?

Notícias de interesse sobre os projetos da Companhia, convites para eventos, solicitações para participação em pesquisas ou pesquisas de opinião.

5 – Sente que é o meio de comunicação preferencial para um determinado público?

Stakeholders como o nosso Conselho de Administração e clientes empresariais mostram uma grande preferência por este meio.

6 – Que recursos humanos tem a equipa que gere o email marketing?

A plataforma Active Campaign está incluída no contrato de serviços digitais. O contratante tem uma equipa de 3 a 4 pessoas que não se dedica exclusivamente a esta plataforma. Em relação aos funcionários do Metrô de Medellín, há um profissional do Departamento de Comunicação que supervisiona o contrato (dedicação de aproximadamente 40%, levando em consideração que este contrato não é apenas para a administração da plataforma) e outro que garante a devida atualização da base de dados (dedicação aproximada de 10%).