

Respuesta de Metro de Barcelona:

1 – ¿Qué herramientas se utilizan para la gestión del marketing por correo electrónico?; Lisboa: Ya tenemos una herramienta elegida para gestionar el envío de correos (e-goi),

Utilizamos dos herramientas que, en el futuro, se unificarán. Para el segmento de visitantes (turistas que visitan Barcelona una media de 3 días) utilizamos la herramienta de envío masivo de mails denominada MAPPS. Permite dibujar todo tipo de flujos lógicos, segmentar, etc. Si quieren más detalle de las posibilidades de la herramienta podemos convocar una reunión telemática. Por otro lado, estamos en la fase final de implantación del CRM Microsoft Dynamics 360. En esta herramienta tendremos integradas la mayoría de aplicaciones que se utilizan desde los departamentos de Atención al Cliente y Marketing, además de poseer una visión completa de las interacciones de cualquier tipo, que un cliente determinado haya tenido con TMB. El proceso de implantación contempla la migración de la herramienta de envío masivo de mails X-campaign que utilizamos para residentes a la propia que posee el CRM de Microsoft.

2 – ¿Cómo capturan los contactos de la base de datos principalmente?

Tenemos un espacio de cliente / identidad digital llamado JOTMBé en el cual, previa aceptación por parte del cliente de una serie de condiciones y su consentimiento tanto para cedernos datos personales como para recibir comunicaciones, lo incorporamos a este espacio en el que cuenta con ventajas para personalizar el servicio de metro / bus. Además existe un nivel superior en el que si se inscribe puede obtener premios participando en un programa de puntos que incentiva el uso y la repetición en el mismo del transporte público. La captación se realiza vía las campañas online que realizamos tanto en medios propios (web, redes sociales), como el posicionamiento en Google o en las tiendas de Google y Apple.

En el caso de visitantes hay tres fuentes: la compra en nuestro e-commerce [www.HolaBarcelona.com](http://www.HolaBarcelona.com), la landing del servicio wifi del del Bus Turístico de TMB y el de la terminal T1 del aeropuerto de Barcelona.

3 – ¿Integras estos contactos en alguna otra base de datos?

En la actualidad hay una sola Base de datos para los clientes que consideramos residentes y en un futuro inmediato dispondremos de una BBDD para el público visitante. Las dos están integradas al nuevo CRM.

#### 4 – ¿Qué contenidos planean comunicar en el email marketing?

En el caso de residentes:

- Afectaciones y novedades del transporte público
- Promociones para los miembros del JOTMBé
- Campañas y descuentos
- Concursos

En el caso de visitantes:

- Rutas y lugares de interés
- Consejos de viaje
- Promoción productos turísticos de TMB.

#### 5 – ¿Sientes que es el medio de comunicación preferido para cualquier público en particular?

Si, para nuestros clientes regulares porque es el medio para informarles de novedades, cambios en el servicio, promociones, alteraciones programadas, etc. Es el medio natural a través del que pueden, además de la comunicaciones push via App, conocer las últimas novedades del servicio.

#### 6 – ¿Qué recursos humanos tienen afecto por el equipo que gestiona el email marketing?

Tenemos un equipo formado por 3 personas, un responsable y dos técnicas de gestión de producto.

--

Resposta do metrô de Barcelona:

1 – Quais ferramentas são utilizadas para gerenciar o email marketing?; Lisboa: Já temos uma ferramenta escolhida para gerir o mailing (e-goi),

Usamos duas ferramentas que, no futuro, serão unificadas. Para o segmento de visitantes (turistas que visitam Barcelona em média 3 dias) utilizamos a ferramenta de mailing em massa chamada MAPPS. Permite desenhar todos os tipos de fluxos lógicos, segmentar, etc. Caso queira mais detalhes sobre as possibilidades da ferramenta, podemos convocar uma reunião telemática. Por outro lado, estamos na fase final de implementação do Microsoft Dynamics 360 CRM. Nesta ferramenta teremos integrado a maioria das aplicações que são utilizadas pelos departamentos de Customer Service e Marketing, além de termos uma visão completa do interações de qualquer

tipo, que um determinado cliente teve com o TMB. O processo de implementação contempla a migração da ferramenta de mailing em massa X-campaign que utilizamos para residentes para a que o Microsoft CRM possui.

2 – Como você captura principalmente os contatos do banco de dados?

Dispomos de um espaço cliente/identidade digital denominado JOTMBÉ no qual, após aceitação por parte do cliente de uma série de condições e o seu consentimento tanto para nos dar dados pessoais como para receber comunicações, o incorporamos neste espaço em que tem vantagens para personalizar o serviço de metro/autocarro. Há também um nível superior em que, ao se inscrever, você pode ganhar prêmios participando de um programa de pontos que incentiva o uso e a repetição do transporte público. O recrutamento é realizado através de campanhas online que realizamos tanto em meios próprios (web, redes sociais), como posicionamento no Google ou nas lojas Google e Apple.

No caso dos visitantes, existem três fontes: a compra em nosso e-commerce [www.HolaBarcelona.com](http://www.HolaBarcelona.com), o desembarque do serviço Wi-Fi do Ônibus Turístico TMB e o terminal T1 do aeroporto de Barcelona.

3 – Integra estes contactos em alguma outra base de dados?

Actualmente existe apenas uma Base de Dados para os clientes que consideramos residentes e num futuro imediato teremos uma Base de Dados para o público visitante. Ambos estão integrados ao novo CRM.

4 – Qual conteúdo você planeja comunicar no email marketing?

No caso de moradores:

- Afetos e novidades do transporte público
- Promoções para membros do JOTMBÉ
- Campanhas e descontos
- Concursos

No caso de visitantes:

- Rotas e locais de interesse
- Dicas de viagem
- Promoção de produtos turísticos TMB.

5 – Sente que é o meio de comunicação preferido de algum público em particular?

Sim, para os nossos clientes habituais porque é o meio para os informar de novidades, alterações no serviço, promoções, alterações programadas, etc. É o meio natural através do qual eles podem, além de enviar comunicações via App, conhecer as últimas notícias sobre o serviço.

6 – Quais recursos humanos têm carinho pela equipe que gerencia o email marketing?

Temos uma equipa composta por 3 pessoas, um gestor e dois técnicos de gestão de produtos.