



Màrqueting per a visitants Hola Barcelona

Maig 2018



Transports
Metropolitans
de Barcelona

1.

Introducció i enfocament estratègic nou model Hola Barcelona



1.

Introducció i enfocament estratègic **Posicionament**

TMB vol esdevenir un **operador global de mobilitat** oferint aquells serveis de mobilitat que li són propis, integrant-ne de tercers.

Hola Barcelona és una nova plataforma que integra diferents serveis de mobilitat en un únic suport, enfocat al segment de públic no resident.



1.

Introducció i enfocament estratègic **Objectius de Hola Barcelona**

Optimitzar l'experiència d'usuari concentrant tota la mobilitat turística en un únic suport.

Incrementar el ticket mig del turista degut a la possibilitat de vendre packs i ofertes creuades.

Associar-se amb altres operadors de transport turístic per donar una oferta més global.

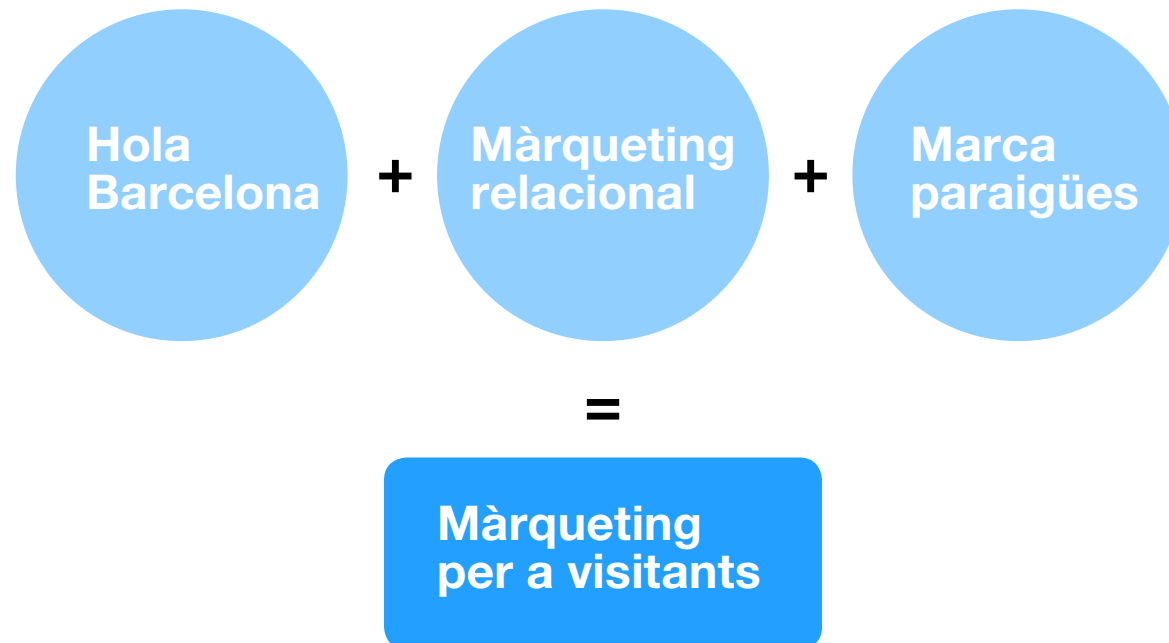
Obtenir dades de major qualitat per segmentar de manera més eficient al turista.

1.

Introducció i enfocament estratègic Màrqueting per a visitants

Transports Metropolitans de Barcelona es posiciona com un operador global de mobilitat i s'orienta a dos segments de clients: residents i visitants.

Les estratègies per a clients visitants es presenten principalment en tres projectes.



1.

Introducció i enfocament estratègic Projectes

Hola Barcelona

Presenta un nou portafolis de productes i serveis per a clients visitants

Màrqueting relacional

Presenta serveis de valor als clients visitants amb la finalitat de generar relacions rendibles

Marca paraigües

Presenta una marca que engloba tots els productes/serveis turístics per a visitants.

1.

Introducció i enfocament estratègic **El nou model “Hola Barcelona”**

Un model que s’engloba amb **una única marca paraigües**



**Your
travel
solution**

1.

Introducció i enfocament estratègic **Nou portafolis de productes/serveis**

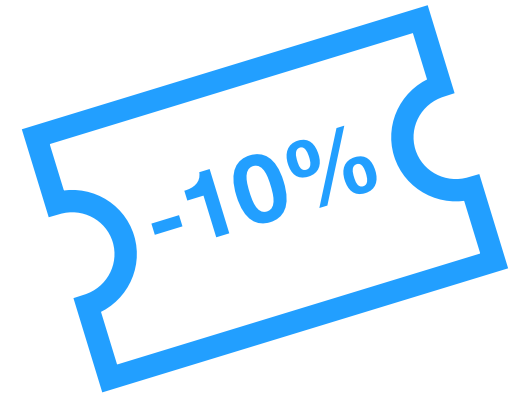
- Suport: magnètic, sense contacte o òptic
- Tecnologia de validació i sense contacte o altres
- Reserva de plaça (si cal)
- Canals de venda



1.

Introducció i enfocament estratègic **Vinculació amb els clients**

- Avantatges: descomptes, premis, informació personalitzada turística i del servei
 - inclòs incidències-, devolucions, suports personalitzats
- Canals d'atenció al client presencial, digital i a través de les xarxes socials, que sigui personalitzada i de qualitat
- Millor informació i resolució d'incidències



2.

Política comercial nou model Hola Barcelona



2.

Política comercial Estratègia i accions

Estratègia	Accions
Ampliar l'oferta de productes	– Arribar a acords amb tercers per vendre altres serveis de mobilitat i complementaris (p.e. Aerobús, Mr. Maleta...)
Captar nous clients de nous mercats	– Definir els nous mercats/segments – Disseny del pla d'intermediació
Obrir nous canals de venda per a productes/serveis turístics	– Habilitar el canal DA per vendre més productes del catàleg – Desenvolupar el canal App – Desenvolupar el canals Mupi's digitals als OAC's i a les estacions turístiques
Incrementar el tiquet promig de les vendes productes/serveis turístics a clients visitants	– Habilitar promocions als canals de venda – Aplicar cupons de descompte – Crear paquets de productes en DA's i tercers no assistits
Incrementar les vendes anticipades	– Arribar a acords amb tour operadors i agències turístiques en origen (p.e. Creuers)

3.

Una nova marca referent de la mobilitat turística



3.

Una nova marca Situació actual

Sistema Tarifari Integrat per a residents

Permet utilitzar tots els mitjans de transport necessaris per a un desplaçament (metro, autobusos urbans, metropolitans i interurbans, tramvia, FGC i Rodalies de Catalunya), amb un únic títol de transport, despenalitzant econòmicament els transbordaments.



**TMB, operador global referent de mobilitat
Marca reconeguda**

Sistema tarifari per a no residents

- Títols HOLA BCN!. Viatges il·limitats per a 2, 3, 4 o 5 dies amb una targeta única
- Barcelona Bus Turístic
- Barcelona Night Tour Bus
- Telefèric de Montjuïc
- Tramvia Blau
- Altres

Hola BCN!

**Barcelona
BusTurístic**



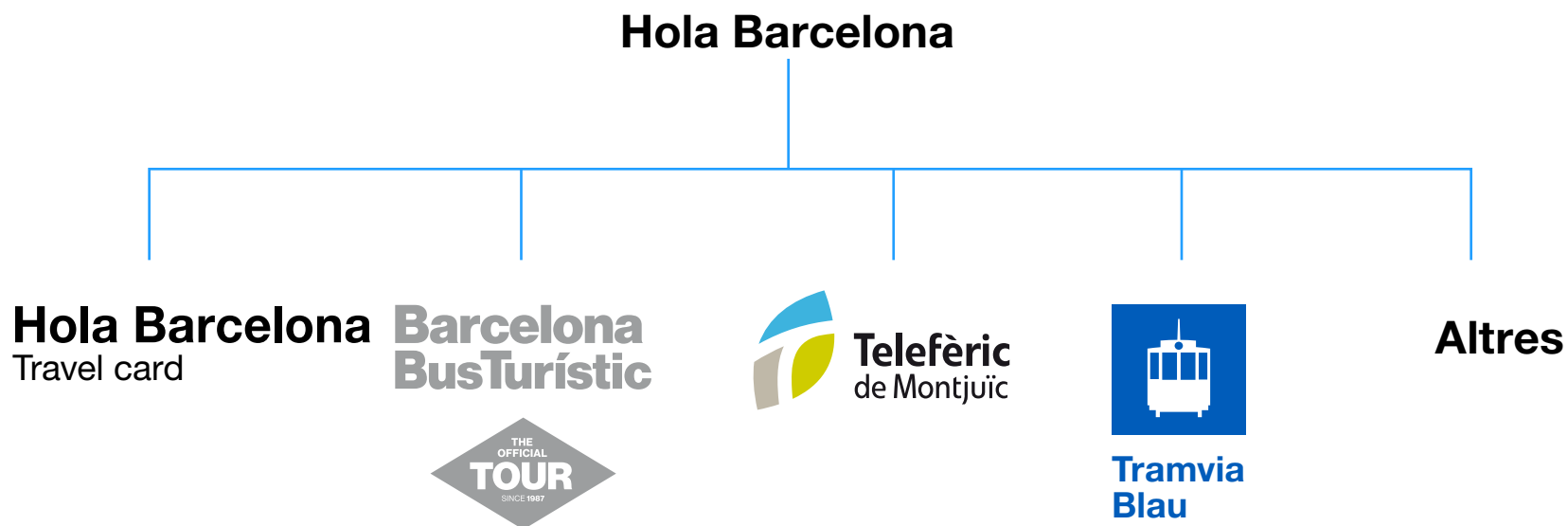
**Tramvia
Blau**

**Multiplicitat de marques
Sense referent identificable**

3.

Una nova marca Marca paraigües

És necessària una marca paraigües que englobi tots els serveis que ofereix TMB als visitants



3.

Una nova marca Construcció de la marca

Hola

- Dóna la benvinguda. Parla d'acollida.
- És amable i propera.
- Bidireccional, convida al diàleg.
- No és un “benvingut” sinó un “Hola de nou”.
(El 54% dels visitants, venen a la ciutat per 2n cop)



Barcelona

- S'apropia dels atributs de la marca “Barcelona”



3.

Una nova marca **Construcció de la marca**

Per aquest motiu la nostra marca ha de ser:

Fàcil

Reconeixible i senzilla.

Directa

Impactant i clara.

Propera

Ha de connectar amb les persones.

3.

Una nova marca
Claim?

Hola Barcelona és **tot**
el que necessita el visitant
per **moure's** per la ciutat



“Your travel solution”

3.

Una nova marca
Marca paraigüa



**Your
travel
solution**

3.

Una nova marca Marca paraigüa



**Transports
Metropolitans
de Barcelona**

Ara es tracta de connectar amb
els visitants de Barcelona perquè
visquin el moure's per la ciutat
com una experiència única



**Your
travel
solution**

3.

Una nova marca Aplicació gràfica



3.

Una nova marca Aplicació gràfica



3.

Una nova marca E-commerce

Discover Barcelona How to get around? Purchase tickets

HOLA BARCELONA

Welcome to the tourist website of Barcelona

-10%
THE OFFICIAL TOUR
Bus Turístico Barcelona

-10%
Airport fee included
Abono por días: Hola BCN!

-10%
Barcelona Night Tour Bus

-10%
Teleférico de Montjuic

-10%
Excursiones desde Barcelona

4.

Cronograma



4.

Cronograma Fases: productes/serveis, suports i fites

