

Gabinet de Premsa

Nota informativa

19 de julio del 2019

El transporte público de Barcelona se hace accesible al turismo chino a través de la plataforma WeChat

TMB y la empresa EuroPass colaboran conjuntamente para posicionar la marca Hola Barcelona en el mercado turístico del gigante asiático

TMB es el primer operador de movilidad de España en comercializar sus productos a través de este canal social, conocido como el Whatsapp chino

Transports Metropolitans de Barcelona (TMB) ha estrenado recientemente un perfil en la plataforma **WeChat**, la primera red social con alta penetración en China, donde la compañía de transporte público ofrecerá sus productos turísticos al visitante de origen chino. La estrategia de comercio electrónico tiene como objetivo posicionar la marca Hola Barcelona en este sector del mercado, descubrir a los visitantes de nacionalidad china los atractivos de Barcelona y captar ingresos con la venta de los productos propios destinados a la movilidad.

Para hacerlo posible, TMB ha firmado un acuerdo comercial con EuroPass Digital Mobile Solutions, así los visitantes procedentes de China pueden adquirir sus billetes desde los principales medios de transporte oficiales del área metropolitana de Barcelona a través de la plataforma WeChat, con una alta penetración en el mercado chino. EuroPass es una empresa francesa que promueve y facilita el turismo chino en 50 ciudades, que hoy en día ya representa unos 160 millones de personas a nivel mundial, cifra que continúa en alza.

La aplicación WeChat, una red social y de mensajería con más de 900 millones de usuarios diarios en China, es conocida como el Whatsapp chino, pero engloba funcionalidades de otras redes sociales (como Facebook o Instagram), incorpora múltiples métodos de pago (Bizum, Wallet, Samsung Pay...) y permite hacer con seguridad todo tipo de gestiones administrativas, desde pagar facturas hasta realizar un trámite de ámbito civil.

Primer operador de movilidad de España en WeChat

TMB se convierte así en el primer operador de movilidad de España en comercializar sus productos a través de WeChat, un proyecto que ha sido un éxito en otros países europeos como Francia, de la mano de EuroPass y RATP, el principal operador de la región de París.

Así, TMB comercializará los abonos turísticos Hola Barcelona Travel Card de 48 horas, de 72 horas, de 96 horas y de 120 horas consecutivas de viajes ilimitados en el transporte público de Barcelona; el Barcelona Bus Turístic, para visitar los puntos más emblemáticos de la ciudad, y el Telefèric de Montjuïc, para disfrutar de unas vistas increíbles de Barcelona.

Gabinet de Premsa

Nota informativa

Este proyecto conjunto entre TMB y EuroPass consiste en la creación de un perfil de Hola Barcelona, la marca paraguas de TMB que agrupa todos sus productos y servicios de movilidad y ocio destinados al público visitante de la ciudad, y acercarlo al viajero chino que se mueve por libre para visitar Europa y que realiza la mayoría de gestiones del viaje a través de WeChat.

Este perfil de TMB contiene información detallada de cada producto de movilidad en idioma chino y permite adquirir el billete pagando a través de la aplicación con todas las garantías de seguridad. Y es en el momento de la transacción donde interviene el partner, EuroPass, ya que hace posible la compra al proveer servicios de marketing digital y un sistema de *ticketing* y ventas *online* a través del cual se podrán ofrecer los productos de Hola Barcelona al público objetivo.

Códigos QR en 17 estaciones de metro

En un primer momento, los vestíbulos de las principales estaciones del metro de Barcelona lucirán unos adhesivos que incorporan un código QR. Una vez escaneado éste por el teléfono móvil, el usuario interesado podrá obtener información sobre los productos y hacer el pago sin tarjeta de crédito. Esta es una de las ventajas que ofrece WeChat, ya que todo usuario de esta comunidad tiene vinculados los datos bancarios a su perfil. De esta manera se minimiza el proceso de búsqueda de información y de compra. Esta ventaja es muy útil sobre todo para los usuarios que no conocen las lenguas con alfabeto occidental.

En esta primera fase, se han colocado los adhesivos QR en las máquinas distribuidoras de billetes de las 17 estaciones de metro más frecuentadas en Barcelona por el turista de nacionalidad china, que son: Catalunya, Barceloneta, Espanya, Sagrada Família, Lesseps, Drassanes, Passeig de Gràcia, Liceu, Jaume I, Paral·lel, Ciutadella / Vila Olímpica, Diagonal, Arc de Triomf, Fondo y Aeroport T1. Próximamente, estos QR se colocarán en más estaciones de metro y en las paradas de autobús.

Mejorar la experiencia de viaje del turista procedente de China

Gracias a la entrada de TMB en WeChat, el turista de nacionalidad china tendrá más facilidad para comprar productos turísticos de movilidad, obtener información sobre la ciudad e información básica de cómo moverse en transporte público, así como una atención al cliente en su idioma principal.

En relación a los contenidos que aparecen en el perfil de TMB en WeChat, se ofrece información detallada sobre los principales puntos de interés de la ciudad, descripción de productos turísticos y de los transportes públicos de Barcelona, rutas temáticas, recursos útiles como planos y aplicaciones móviles de TMB, así como las guías básicas para el usuario de bus, de metro, del Barcelona Bus Turístic y de Telefèric de Montjuïc (horarios, normativa, condiciones de uso, preguntas frecuentes...).



Transports
Metropolitans
de Barcelona

Gabinet de Premsa

Nota informativa

TMB es el mayor operador de transporte público del área de Barcelona y uno de los mayores de España. Gestiona una red de metro de 8 líneas, 121 kilómetros y 156 estaciones, y una red de autobuses de 102 líneas que suman 830 kilómetros de longitud, además de transportes lúdicos como el Telefèric de Montjuïc y el Barcelona Bus Turístic, así como la plataforma Hola Barcelona de servicios de movilidad para turistas y visitantes. En total facilita 615 millones de viajes al año en Barcelona y otros diez municipios de su área metropolitana.

EuroPass primer operador internacional de soluciones de pago y marketing. Empresa francesa que promueve y facilita el turismo chino en 50 ciudades, que hoy en día ya representa unos 160 millones de personas a nivel mundial, cifra que continúa en alza. EuroPass ofrece a Instituciones, Marcas y Comercios la habilidad de interactuar a través de las redes sociales chinas con usuarios de WeChat, para generar tráfico a los puntos de venta (*drive to store*), como lo demuestra el acuerdo reciente con la Associació del Passeig de Gràcia, creando un *shopping area digital* con los 120 establecimientos afiliados.