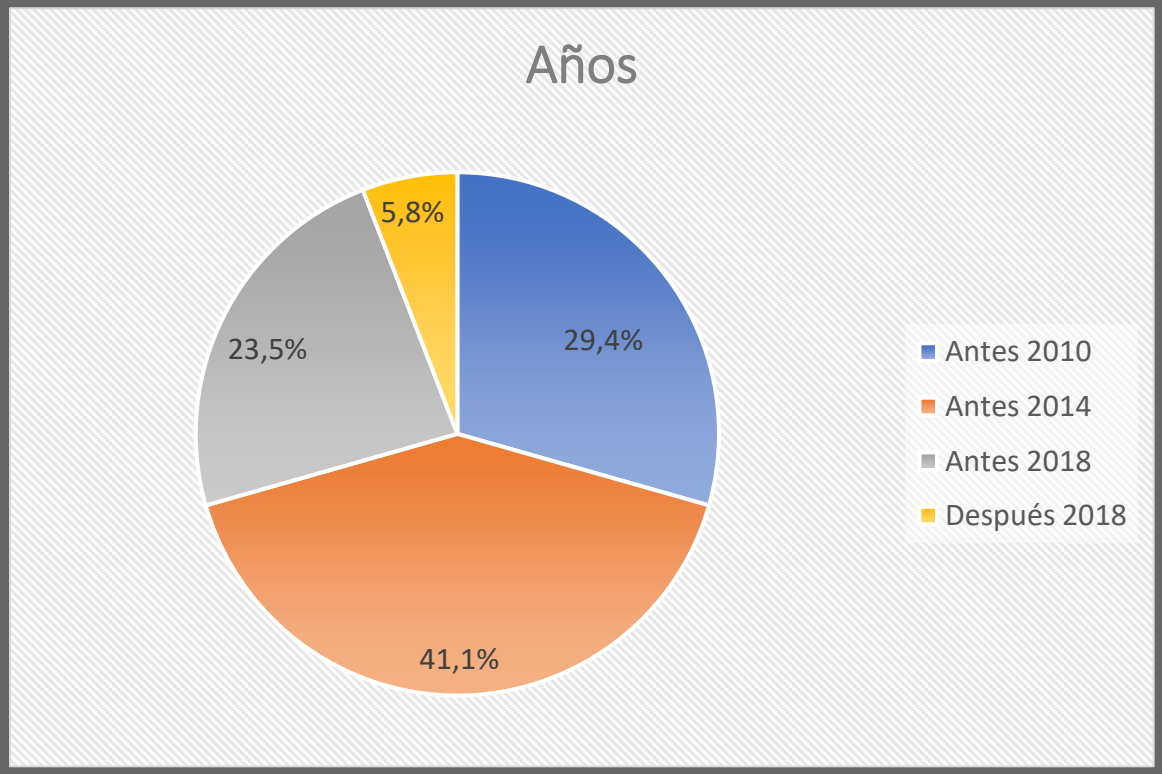
La digitalización en la estrategia de comunicación de las empresas de transporte público

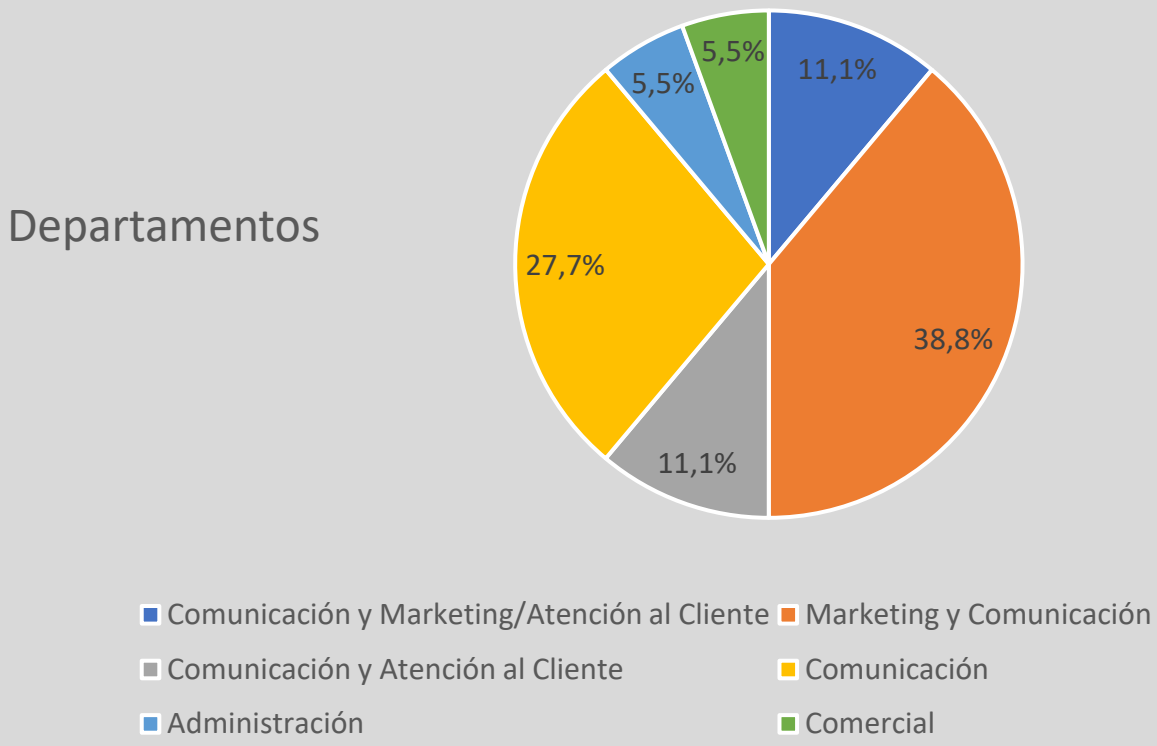
Noviembre 2023

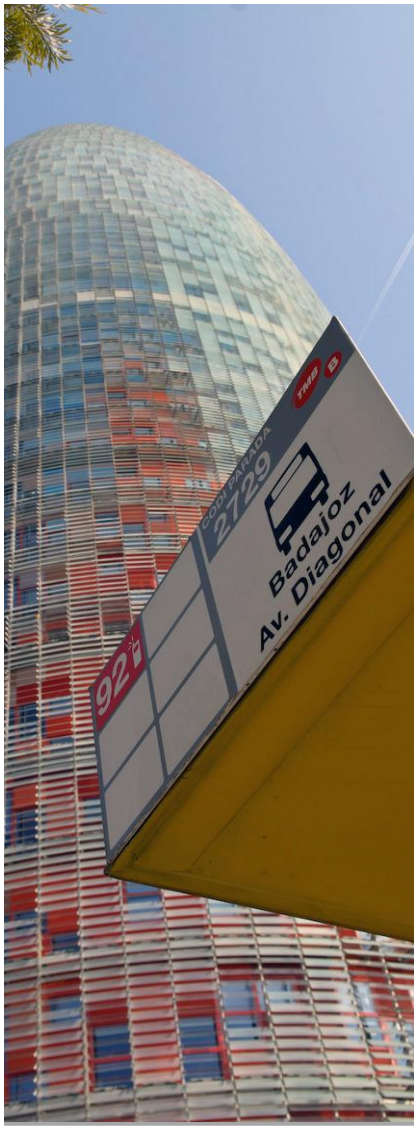
atuc
movilidad sostenible

¿En qué año comenzasteis a utilizar las redes sociales en tu empresa?



¿Qué departamento/s gestiona/n las redes sociales?





¿La digitalización está incorporada en la estrategia de comunicación de tu empresa?

-Sí, aunque en proceso de desarrollo

-Sí, para facilitar la información de servicio a los usuarios

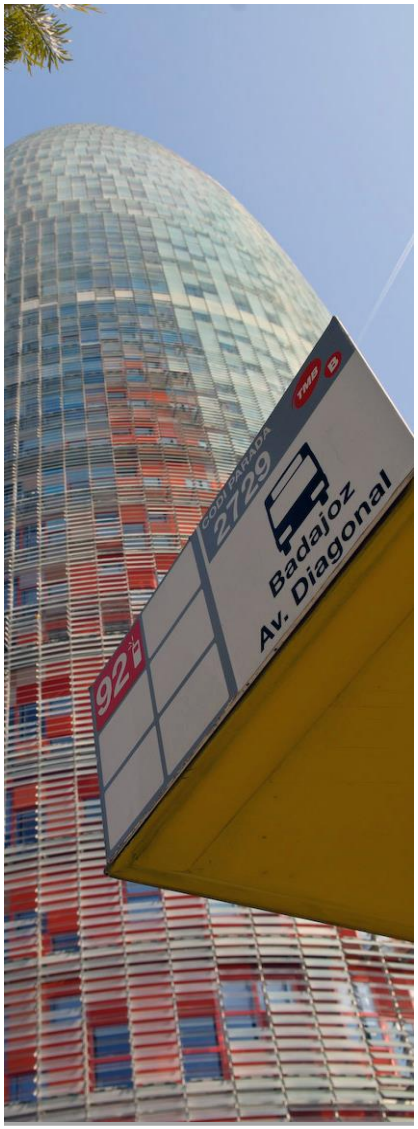
-Forma parte de los canales y los contenidos de todas las campañas y acciones a destacar

-La página web y las redes sociales son una forma directa de llegar a las personas usuarias

-No al 100%

Sí, tanto en la comunicación al periodista como en los canales propios, así como en la atención al cliente.

-No



¿La digitalización está incorporada en la estrategia de comunicación de tu empresa?

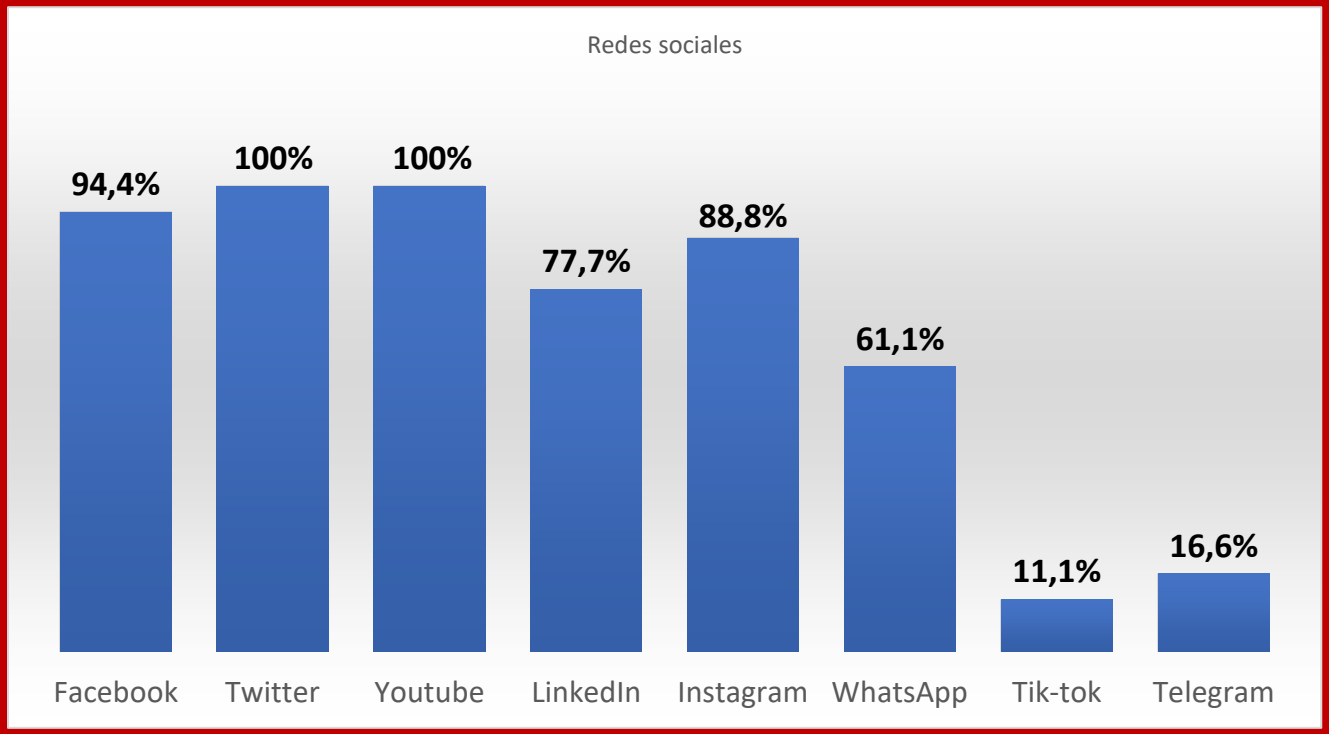
-Si, integrada en el plan estratégico de la compañía

-Todos los canales de comunicación con el cliente se ha digitalizado, de forma relevante tras el COVID

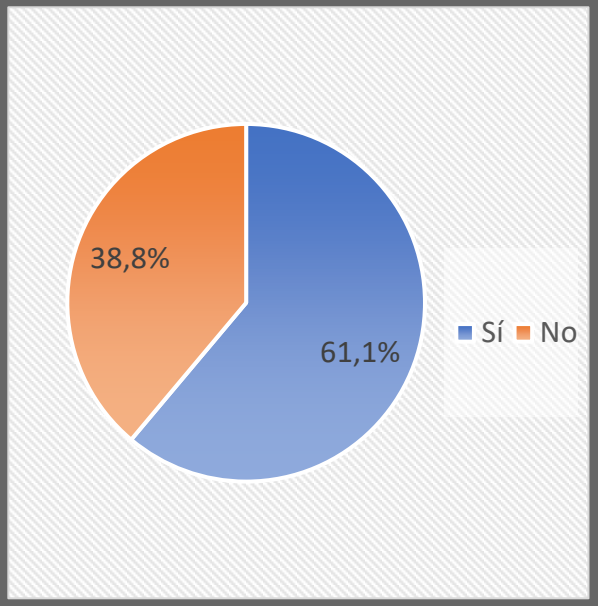
-Estamos en un proceso de digitalización para mejorar los canales de comunicación interna y continuar el proyecto de transformación tecnológica de la empresa

- Si, es una parte indispensable como canal de comunicación para transmitir nuestra información a la sociedad, clientes y medios de comunicación

¿Qué redes sociales utilizáis en tu empresa y con qué finalidad?

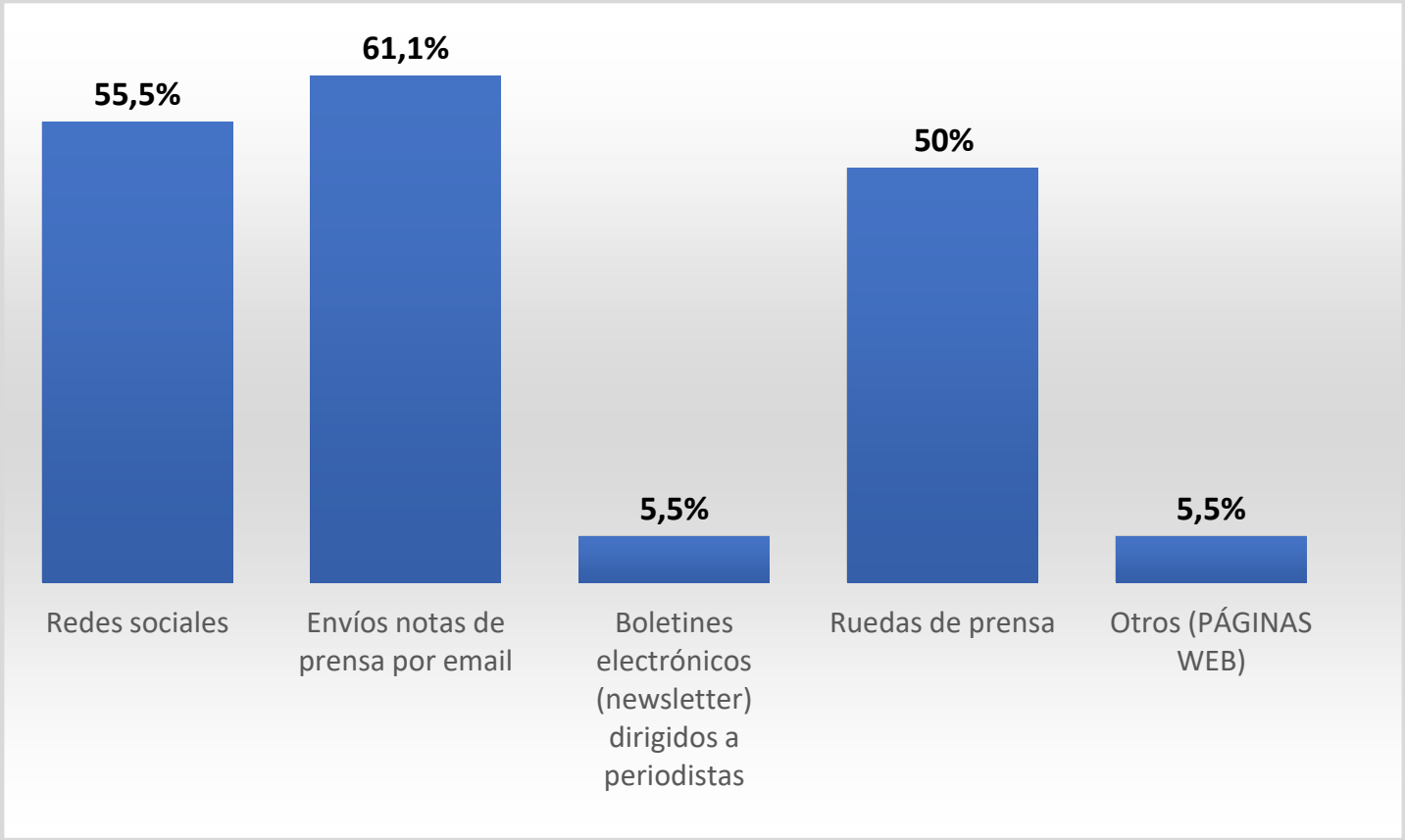


¿Utilizáis algún canal digital para relacionaros con los medios de comunicación? ¿Cuál?

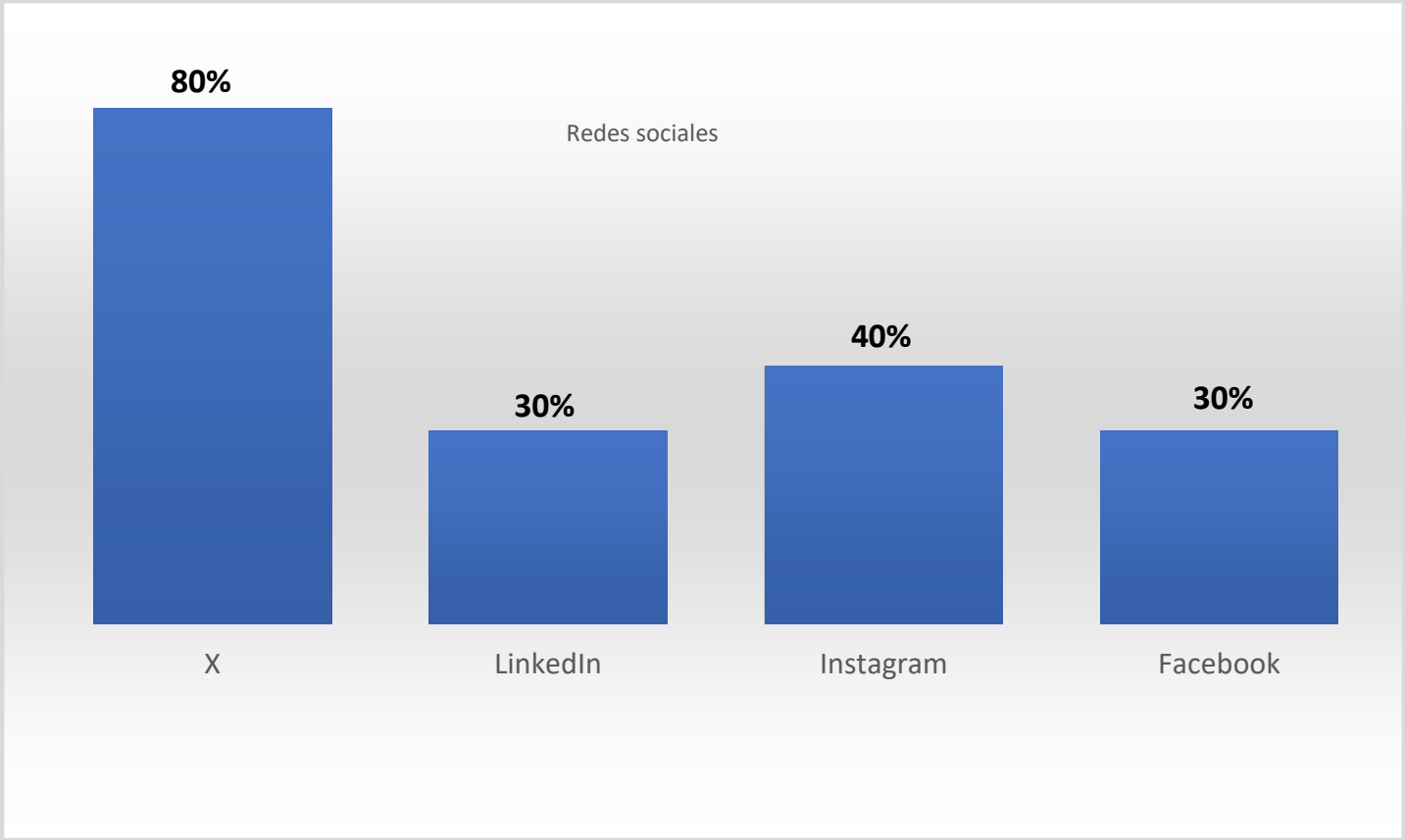


- Email
- Web corporativa
- Mailchimp
- WhatsApp
- Redes sociales (Facebook, X, LinkedIn, YouTube)

¿Con cuál de estos canales/formatos obtienes mejores resultados a nivel de impacto positivo en los medios de comunicación?



¿Con qué redes sociales obtienes mejores resultados a nivel de impacto positivo en los medios de comunicación?



¿Realizáis escucha activa para saber lo que se dice de vuestra empresa en las redes sociales y los medios on-line?

-Lo hacemos para estar al corriente de la opinión de los usuarios y ciudadanía

-Monitorizar lo que se habla de nuestra marca a menudo ayuda a anticiparse a posibles crisis de reputación. Si la escucha es activa en todos los canales (además de RRSS), puede ser muy útil para identificar puntos fuertes y débiles de la marca

-Seguimiento a todos los comentarios y mientras no sean insultos, siempre contestamos

-Tenemos un sistema de escucha activa que nos permite conocer cuales mensajes han producido mejor y peor sentimiento, repercusión, interactividad…y además nos permite ver los temas que más interesan a nuestros públicos

¿Realizáis escucha activa para saber lo que se dice de vuestra empresa en las redes sociales y los medios on-line?

-Informes de Gabinete y Community Manager

-Realizamos informes de reseñas e intentamos leer todos los comentarios para obtener el mayor feedback posible

-Mediante alertas y seguimiento del engagement en cada red

-Lo hemos realizado puntualmente

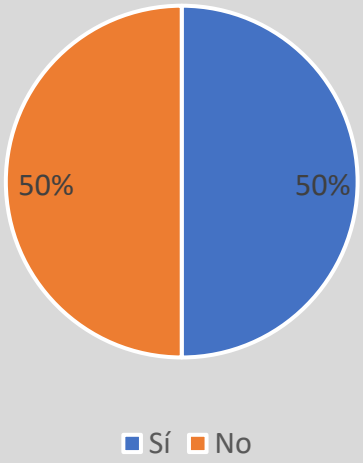
-Hacemos seguimiento

-Nuestros clientes utilizan todo tipo de redes sociales y, habitualmente emplean el tiempo de viaje en nuestro servicio para interactuar en las mismas

-Lo estamos empezando a implantar desde hace poco tiempo

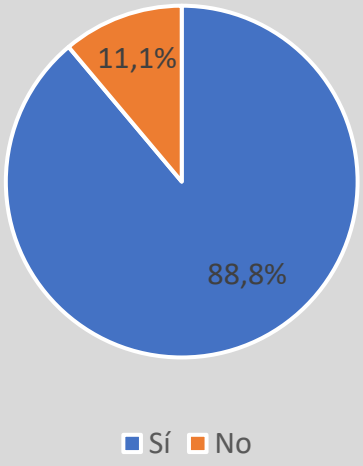
-Nuestras agencias se encargan de monitorizar los diferentes canales

¿Habéis puesto en marcha algún portal de noticias o boletín digital?



-Bloc y newsletter
-Blog y apartado de noticias en nuestra web
-Estamos trabajando para implantar la newsletter a nivel interno. Las notas de prensa se publican en la web y app
-Boletines de comunicación interna y externa
-Boletín digital interno
-Exclusivamente de carácter interno
-Dentro de la web, hay una página específica donde se recogen de manera cronológica las noticias generadas

¿Utilizáis las redes sociales o canales digitales en la comunicación interna?



-WhatsApp
-Newsletter interna
-Intranet
-Disponemos de una app propia con un nivel de adhesión del 97%, y recientemente hemos iniciado un podcast disponible en Ivoox, Youtube y Spotify
-Portal del empleado y WhatsApp empresa
-Microsoft Teams como servicio de mensajería instantánea. Además, boletines de comunicación interna: uno, diario, sobre la más reciente actualidad informativa y otro, quincenal.
-Pantallas en zonas estratégicas de la empresa
-WhastApp Corporativo y plataforma de empleado
-WhatsApp y telegram para informaciones y alertas por incidencias

¿Utiliza tu empresa los canales digitales para atención al cliente?

-Dar información de incidencias y del servicio

-En redes sociales atenemos quejas y consultas

-Cuestiones relacionadas con el servicio

-Publicamos algunos avisos, de información de la empresa

-Chatbot: Bot Querón

-Estamos en X y en WhatsApp para responder a clientes

-WhatsApp, correo electrónico

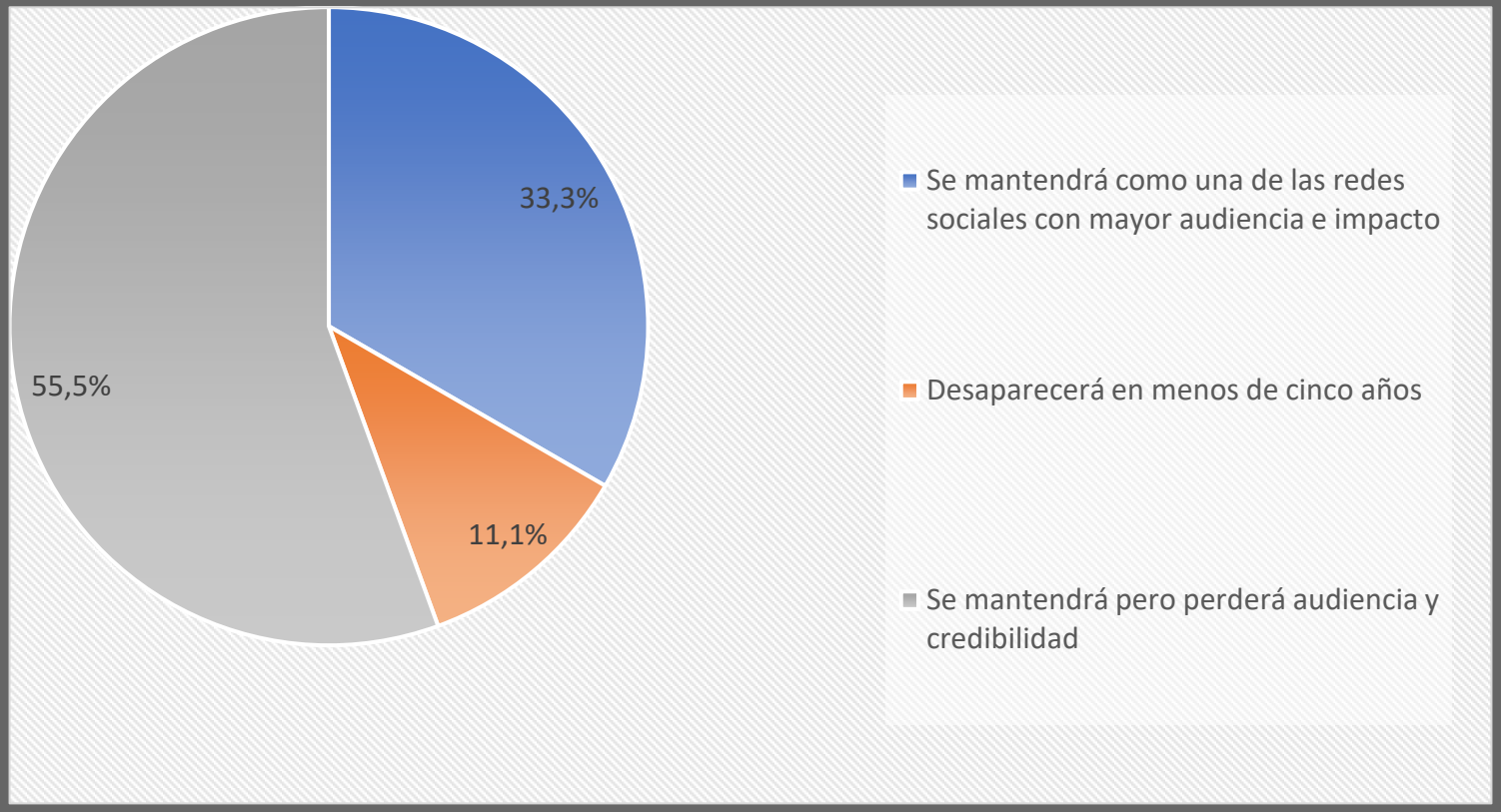
-App en mayor media

-Dirección de correo electrónico y de un formulario de atención al cliente

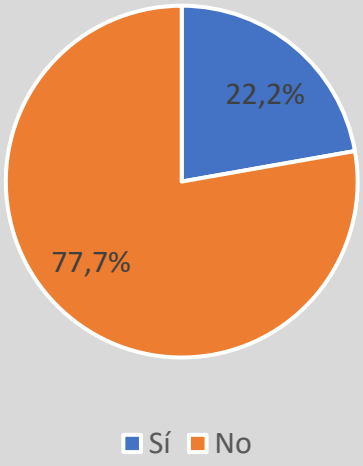
¿Conversáis con vuestro público a través de las redes sociales? ¿Cómo?

-Sí de forma privada
-Intentamos solucionar al máximo de cuestiones en las redes y solo trasladar de conversación fuera de la red social en casos que la cuestión sea delicada
-Contestamos a los comentarios y reseñas
-Poco, solo si hacen alguna consulta
-Sí, damos respuesta a sus comentarios
-Solemos ser reactivos respondiendo a los comentarios o preguntas. En algunas ocasiones lanzamos preguntas o incentivamos a respuestas, normalmente en campañas más enfocadas a cliente y/o de marketing
-Respondemos a los comentarios y mensajes privados
-Filtramos los comentarios para escoger la estrategia más adecuada y respondemos todos los mensajes directos a diario

¿Cuál crees que será el futuro de Twitter después de los cambios introducidos por el nuevo propietario?



¿Habéis empezado a investigar y/o utilizar herramientas de inteligencia artificial para tareas de comunicación?



-Estamos empezando a investigar experiencias en el ámbito de la atención al cliente
-En encuestas de satisfacción externas hemos utilizado inteligencia artificial
-En fase de análisis
-En proceso de estudio. Recopilamos las experiencias obtenidas a través de el chatbot implementado en el área de movilidad