

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LOS SERVICIOS DEL CLUB DE AMIGOS DEL CRTM

El Club de Amigos del Transporte Público surge en 2013 como plataforma de comunicación entre los usuarios y el sistema de transporte público, aprovechando el proceso de implantación de la Tarjeta Transporte Público. Este proceso de migración de los billetes magnéticos a las tarjetas sin contacto, que se inició en 2012, suponían un hito en el sistema de transporte público, y ofrecía la posibilidad de crear una base de datos (BBDD) con los usuarios habituales de transporte público (los que tenían abono y migraban de tecnología en ese momento) que se podía hacer extensiva a todos los ciudadanos o usuarios esporádicos de transporte público.

Aprovechando esta base de datos y acorde con la estrategia de comunicación del CRTM que se había desarrollado en 2011 por el 25 aniversario del organismo, se quiere añadir una parte emocional a la experiencia de viaje, es decir al servicio que ofrece el sistema de transporte público. Esta parte emocional es un sentido de pertenencia al "Club de Amigos de Transporte Público" y al sistema de transportes de la Comunidad de Madrid y le ofrece una serie de ventajas (culturales, deportivas y de ocio) para que el usuario pueda disfrutar de experiencias únicas.

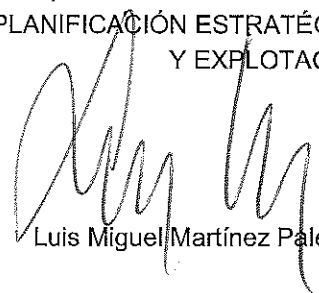
Así pues, se dota de un nombre y una imagen de marca al Club de Amigos para darle personalidad de modo que los usuarios que en ese momento migraban a la Tarjeta Transporte Público pudieran voluntariamente hacerse miembros del mismo autorizando al CRTM a enviarles información.

En origen esta plataforma tenía dos vertientes: por un lado, canal de comunicación con información útil de transporte público (por ejemplo a través de SMS, cosa que todavía no se ha desarrollado) y las promociones o ventajas por ser miembros del Club (p.e. que con la TTP personal pudieran entrar en museos, bibliotecas, etc.).

Una vez alimentada la BBDD con los usuarios que se hacen miembros del Club, en 2013 se crea la parte visible: la web del Club de Amigos, con unos primeros desarrollos realizados internamente y posteriormente puesta en producción oficial en 2015 (trabajo ya realizado a través de contrato asociados a un gasto menor, durante el período 2015-2017); se organiza también el mailing mensual como elemento de comunicación para la difusión del club y las promociones que se iban acordando.

La concepción, desarrollo y gestión de estas actividades, así como las campañas de difusión del Club y las promociones a realizar son labores que se han llevado a cabo por la Dirección de Relaciones Externas del CRTM apoyada de manera puntual por colaboraciones externas, también mediante algún gasto menor.

Madrid, a 26 de noviembre de 2018
EL DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA
Y EXPLOTACIÓN


Luis Miguel Martínez Palencia