

HEAVY USER, ESTUDIANTE, TURISTAS. NPS scores and customer journey maps for different user segments.

ETAPAS DE LA EXPERIENCIA, MOMENTO QUE ATRAVIESA, QUÉ ESPERA Y QUÉ NECESITA. Detailed customer journey map for the heavy user segment.

BUENA, FUNCIONAL, MALA, LO ODIÓ. Customer journey map for the student segment.

VERBATIMS DEL CLIENTE, NIVEL DE IMPORTANCIA DEL MOMENTO. Customer journey map for the tourist segment.

SATIS-FACTORES, INSATIS-FACTORES. Customer journey map for the heavy user segment.

1- ME SURGE UNA NECESIDAD DE TRANSPORTE Y PLANIFICO MI VIAJE. Customer journey map for the heavy user segment.

2- LLEGO A LA PARADA DE METRO Y SACO EL BILLETE PARA EL DESPLAZAMIENTO. Customer journey map for the heavy user segment.

3- LLEGO AL ANDÉN Y ESPERO A QUE VENGA EL METRO. Customer journey map for the heavy user segment.

4- HAGO EL TRAYECTO EN METRO HASTA LLEGAR A MI DESTINO. Customer journey map for the heavy user segment.

5- ME HAGO MIEMBRO DE JOTMBÉ E INTERACTUO CON ELLOS. Customer journey map for the heavy user segment.

6- CONTACTO CON EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA DUDAS, QUEJAS, SUGERENCIAS... Customer journey map for the heavy user segment.

7- CONTACTO CON TMB A TRAVÉS DE MEDIOS PRESENCIALES (PUNTO DE CONTACTO). Customer journey map for the heavy user segment.

8- SIGO A TMB EN SUS REDES SOCIALES PARA ESTAR INFORMADO Y COMPARO MI EXPERIENCIA. Customer journey map for the heavy user segment.

9- CONTACTO CON TMB A TRAVÉS DE MEDIOS PRESENCIALES (CALL CENTER / FORMULARIOS WEB). Customer journey map for the heavy user segment.

10- SIGO A TMB EN SUS REDES SOCIALES PARA ESTAR INFORMADO Y COMPARO MI EXPERIENCIA. Customer journey map for the heavy user segment.

11- CONTACTO CON TMB A TRAVÉS DE MEDIOS PRESENCIALES (PUNTO DE CONTACTO). Customer journey map for the heavy user segment.

12- SIGO A TMB EN SUS REDES SOCIALES PARA ESTAR INFORMADO Y COMPARO MI EXPERIENCIA. Customer journey map for the heavy user segment.

13- CONTACTO CON TMB A TRAVÉS DE MEDIOS PRESENCIALES (PUNTO DE CONTACTO). Customer journey map for the heavy user segment.

14- SIGO A TMB EN SUS REDES SOCIALES PARA ESTAR INFORMADO Y COMPARO MI EXPERIENCIA. Customer journey map for the heavy user segment.

15- CONTACTO CON TMB A TRAVÉS DE MEDIOS PRESENCIALES (PUNTO DE CONTACTO). Customer journey map for the heavy user segment.

16- SIGO A TMB EN SUS REDES SOCIALES PARA ESTAR INFORMADO Y COMPARO MI EXPERIENCIA. Customer journey map for the heavy user segment.

17- CONTACTO CON TMB A TRAVÉS DE MEDIOS PRESENCIALES (PUNTO DE CONTACTO). Customer journey map for the heavy user segment.

18- SIGO A TMB EN SUS REDES SOCIALES PARA ESTAR INFORMADO Y COMPARO MI EXPERIENCIA. Customer journey map for the heavy user segment.

EXPERIENCIAS AIS, MOMENTO DE LA VERDAD, Atributo con valoración positiva, Atributo con valoración negativa. Summary of key metrics and insights.