

**Enquesta als clients del**  
**TELEFÈRIC DE MONTJUÏC**  
**Caracterització de la demanda i de l'experiència de client**

**Coneixement de Mercat**  
**Àrea de Màrqueting Estratègic**  
**Direcció de Màrqueting i Negocis Corporatius**

**setembre 2023**

<b>1. INTRODUCCIÓ.....</b>	<b>3</b>
1.1 Objectius	
1.2 Fitxa tècnica	
<b>2. EL PERFIL DEL CLIENT.....</b>	<b>6</b>
2.1 Dues aproximacions bàsiques	
2.2 Segmentació estàndard de la demandA	
2.3 Segmentació segons <i>Arquetips CEX</i>	
2.4 Comparativa amb edicions anteriors	
<b>3. ANÀLISI DESCRIPTIU DEL CUSTOMER JOURNEY MAP (CJM).....</b>	<b>15</b>
3.1 El Costumer Journey Map (CJM)	
3.2 Preparo el meu viatge a Barcelona	
3.3 Vaig a la parada	
3.4 Compro el meu bitllet	
3.5 Faig la cua i pujo	
3.6 Realitzo el meu viatge	
3.7 Comparativa amb edicions anteriors	
<b>4. ELS ESFORÇOS DEL CLIENT.....</b>	<b>23</b>
4.1 Esforços del client   CJM	
4.2 Esforços nets i relatius	
4.3 Principals motius d'esforç	
4.4 Comparativa amb edicions anteriors	
<b>5. LA VALORACIÓ DEL SERVEI.....</b>	<b>30</b>
5.1 La satisfacció amb el servei	
5.2 La recomanació del servei   NPS	
5.3 Els valors de marca	
5.4 Comparativa amb edicions anteriors	
<b>6. IDEES PRINCIPALS.....</b>	<b>37</b>

# 1

## **Introducció**

**1.1 Objectius**

**1.2 Fitxa tècnica**

# 1.1 Objectius

A finals de juliol de 2023 s'ha dut a terme un estudi per enquesta entre els clients del **Telefèric de Montjuïc** amb dos objectius fonamentals que són:



## 1.2 Fitxa tècnica

A la taula següent es detalla la fitxa tècnica de l'operació per enquesta realitzada:

<b>Univers</b>	Clients del Telefèric de Montjuïc.
<b>Recollida d'informació</b>	Entrevistes personals amb qüestionari estructurat realitzades als clients que es troben usant el servei.
<b>Treball de camp</b>	Entrevistes realitzades entre els dies 11 i 15 de juliol de 2023. El proveïdor del treball de camp ha estat DYM.
<b>Mostra i error</b>	La mostra és de <b>709</b> entrevistats. Amb una confiança del 95% i sota el supòsit de màxima indeterminació ( $p=q$ ) l'error mostral màxim és del $\pm 3,6\%$ .

# 2

## **El perfil del client**

**2.1 Dues aproximacions bàsiques**

**2.2 Segmentació estàndard de la demanda**

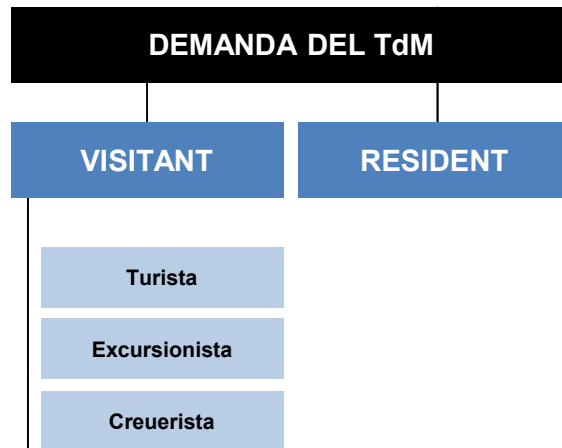
**2.3 Segmentació segons *Arquetips CEX***

**2.4 Comparativa amb edicions anteriors**

## 2.1 Dues aproximacions bàsiques

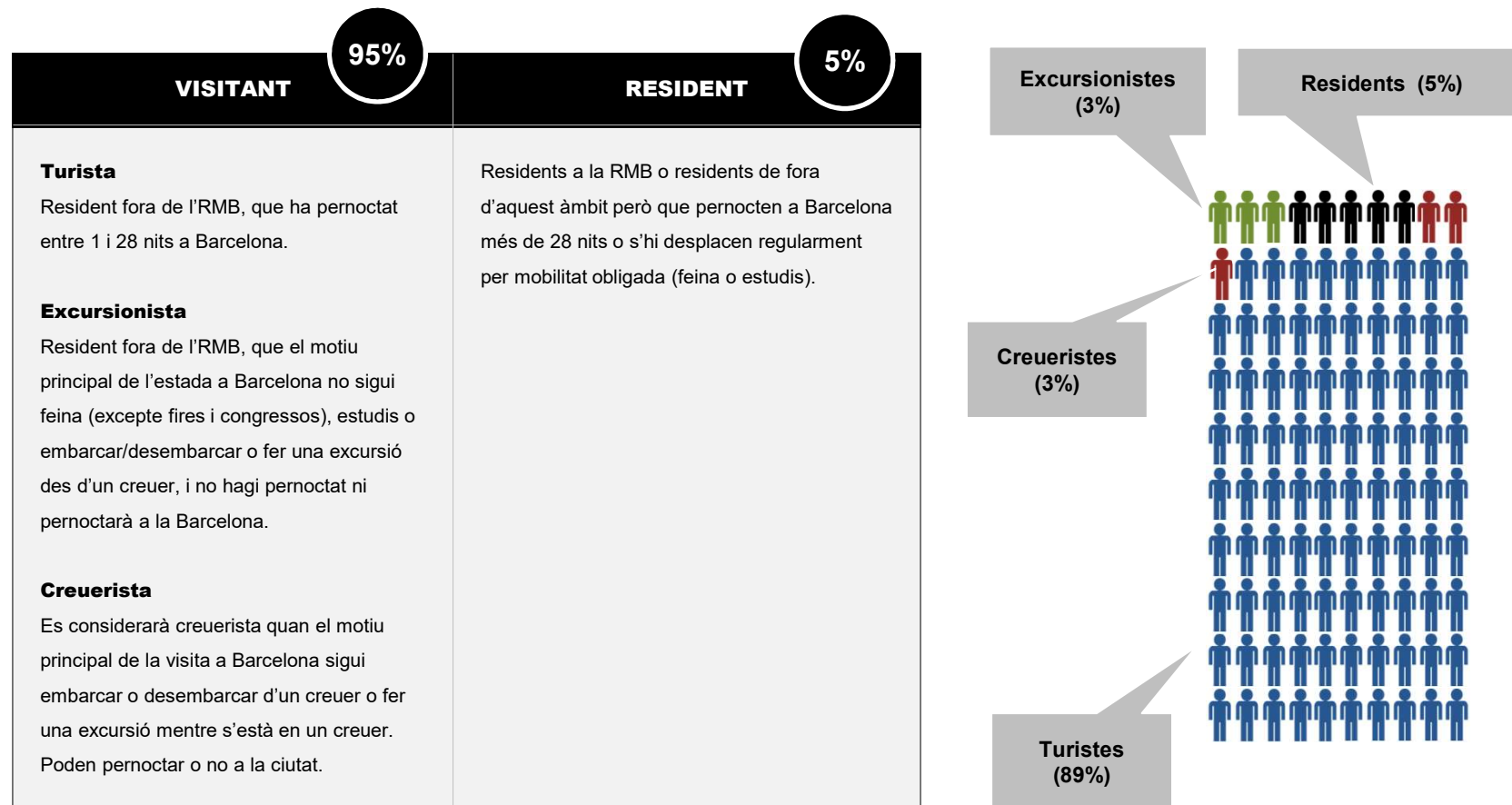
La demanda del Telefèric de Montjuïc s'ha analitzat des d'una doble vessant:

- a. **Segmentació estàndard:** seguint les definicions emprades a les estadístiques oficials de turisme s'ha classificat a tot usuari en un o altre segment (resident, turista, excursionista o creuerista).
- b. **Arquetips CEX:** el terme arquetip fa referència a models de persones que representen patrons de comportament, motivacions, estils de vida, hàbits, interessos i necessitats dels clients. No és una classificació exhaustiva.

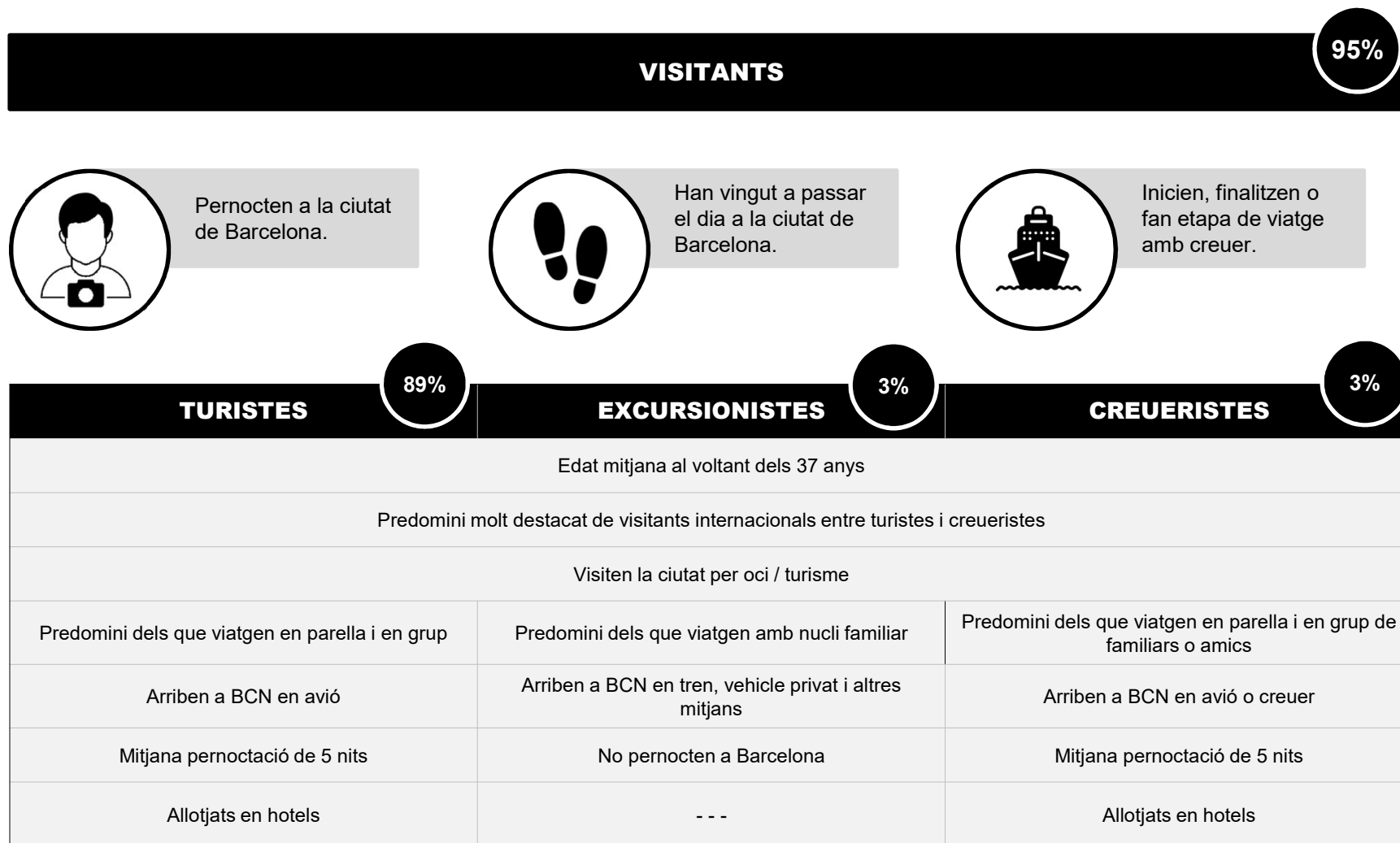


## 2.2 Segmentació estàndard de la demanda

9 de cada 10 clients del Telefèric de Montjuïc són visitants, amb un predomini molt clar dels turistes (89%), sobre els excursionistes (3%) i els creueristes (3%).



## 2.2 Segmentació estàndard de la demanda



## 2.2 Segmentació estàndard de la demanda

Variable	Categories	Turistes	Excursionistes	Creueristes	TOTAL
Gènere	Home	52%	49%	38%	52%
	Dona	48%	51%	62%	48%
Grups d'edat	Fins 24 anys	27%	10%	25%	27%
	25 a 34 anys	23%	27%	8%	23%
	35 a 44 anys	18%	21%	13%	18%
	45 a 54 anys	22%	20%	29%	22%
	55 a 64 anys	8%	22%	20%	8%
	65 i més anys	2%	0%	5%	2%
	<i>Mitjana</i>	36 anys	41 anys	43 anys	37 anys
Nacionalitat	Nacional	7%	38%	0%	8%
	Internacional	93%	62%	100%	92%
Tipologia de grups	Viatja sol	10%	0%	4%	10%
	Viatja amb parella	34%	37%	37%	34%
	Viatja amb nucli familiar	20%	50%	23%	21%
	Viatja amb grup de familiars o amics	35%	13%	36%	34%
	Altres situacions	1%	0%	0%	1%
Com arriben a la ciutat de Barcelona	Avió	73%	6%	59%	70%
	Tren	18%	32%	8%	18%
	Creuer	0%	0%	30%	1%
	Vehicle privat	7%	36%	3%	8%
	Altres	2%	26%	0%	3%
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Base: Visitants que usen el Telefèric de Montjuïc

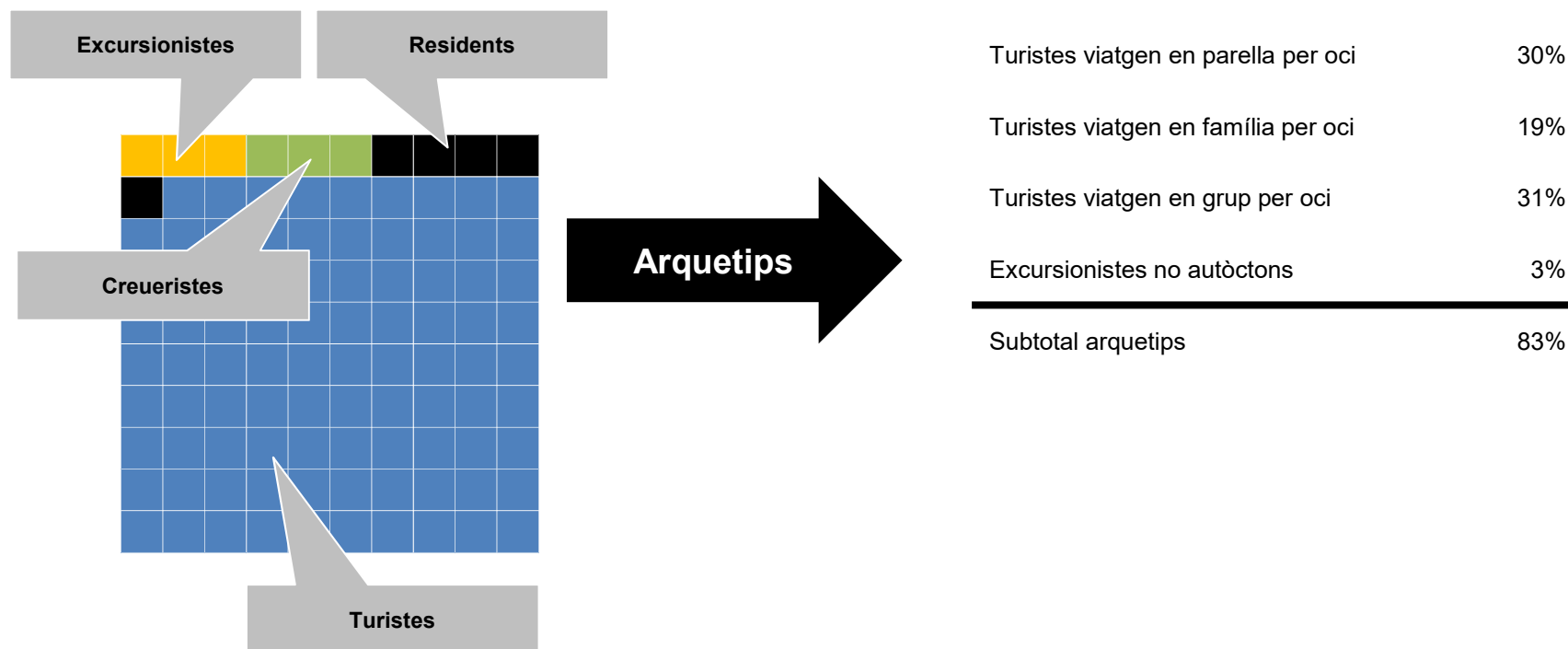
## 2.2 Segmentació estàndard de la demanda

Variable	Categories	Turistes	Excursionistes	Creueristes	TOTAL
Motiu principal del viatge	Professional	3%	0%	0%	3%
	Oci / Turisme	94%	100%	100%	94%
	Personal / Altres	3%	0%	0%	3%
Allotjat a la ciutat	Està allotjat a Barcelona	100%	0%	93%	96%
	No està allotjat a Barcelona	0%	100%	7%	4%
Pernoctacions	0 pernoctacions	0%	100%	7%	4%
	1 pernoctació	5%	0%	19%	5%
	2 pernoctacions	11%	0%	3%	10%
	3 a 4 pernoctacions	43%	0%	36%	41%
	5 a 6 pernoctacions	19%	0%	10%	18%
	7 a 8 pernoctacions	14%	0%	0%	13%
	9 a 10 pernoctacions	3%	0%	13%	3%
	> 10 pernoctacions	6%	0%	11%	6%
	<i>Mitjana pernoctacions</i>	5 dies	--	5 dies	5 dies
Lloc on s'allotjen	Hotel / Aparthotel	69%	0%	85%	69%
	Pensió	0%	0%	0%	0%
	Alberg juvenil / hostel	7%	0%	0%	7%
	Apartament turístic	16%	0%	4%	16%
	Casa o pis d'intercanvi	0%	0%	0%	0%
	Casa particular d'amics o familiars	6%	0%	0%	6%
	Creuer	0%	0%	8%	0%
	Altres	2%	0%	3%	2%
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Base: Visitants que usen el Telefèric de Montjuïc

## 2.3 Segmentació segons *Arquetips CEX*

Dels 4 arquetips proposats pel Departament d'Experiència de Client, n'hi ha 3 que tenen un pes destacat i el darrer és merament testimonial (*excursionistes no autòctons*). Considerats de forma conjunta, representen el 83% de la demanda total del Telefèric de Montjuïc.



## 2.3 Segmentació segons *Arquetips CEX*

La principal diferència la trobem en el mitjà de transport per arribar a la ciutat. Mentre els *turistes que viatgen en parella per oci* i els *turistes que viatgen en família per oci* arriben majoritàriament en avió, els *turistes que viatgen en grup per oci* tendeixen a fer-ho també en tren i en vehicle privat. Malgrat tot, en tots els casos el mitjà de transport principal per arribar a la ciutat continua sent l'avió.

Variable	Categories	Turista en parella per oci	Turista en família per oci	Turista en grup per oci	Excursionista no autòcton
Nacionalitat	Nacional	4%	4%	11%	20%
	Internacional	96%	96%	89%	80%
Com arriben a la ciutat de Barcelona	Avió	77%	71%	70%	8%
	Tren	14%	13%	21%	41%
	Creuer	0%	0%	0%	0%
	Vehicle privat	6%	13%	7%	46%
	Altres	3%	3%	2%	5%
Pernoctacions	<i>Mitjana de pernoctacions</i>	4 pernoctacions	5 pernoctacions	5 pernoctacions	0 pernoctacions
Lloc on s'allotjen	Hotel / Aparthotel	76%	71%	66%	NA
	Pensió	0%	0%	1%	NA
	Alberg juvenil / hostel	5%	2%	9%	NA
	Apartament turístic	14%	19%	16%	NA
	Casa o pis d'intercanvi	0%	0%	0%	NA
	Casa particular d'amics o familiars	3%	6%	6%	NA
	Creuer	0%	0%	0%	NA
	Altres	2%	2%	2%	NA
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>NA</b>

Base: Visitants que usen el Telefèric de Montjuïc

## 2.4 Comparativa amb edicions anteriors

		Edició 2019	Edició 2022	Edició 2023
Segmentació Estàndard	Residents	8%	7%	5%
	Visitants   Turistes	85%	86%	89%
	Visitants   Excursionistes	2%	2%	3%
	Visitants   Creueristes	4%	5%	3%
	Total clients	100%	100%	100%
Arquetips CEX	No pertanyen als arquetips	19%	18%	17%
	Turistes viatgen en parella per oci	30%	34%	30%
	Turistes viatgen en família per oci	20%	17%	19%
	Turistes viatgen en grup per oci	28%	29%	31%
	Excursionistes no autòctons	2%	2%	3%
	Total clients	100%	100%	100%
Indicadors bàsics Visitants	Percentatge de dones	52%	58%	48%
	Mitjana d'edat	37 anys	36 anys	37 anys
	Percentatge estrangers	94%	94%	92%
	Percentatge arriba en avió	80%	74%	70%
	Percentatge viatja per oci	93%	95%	94%
	Percentatge allotjats a BCN	97%	96%	96%
	Mitjana pernòctacions a BCN	5 pernòctacions	5 pernòctacions	5 pernòctacions
	Percentatge allotjats a hotels BCN	62%	73%	69%

Diferències reduïdes entre les tres edicions de l'enquesta.

# 3

## **Anàlisi descriptiu del *Customer Journey Map (CJM)***

**3.1 El *Customer Journey Map (CJM)***

**3.2 Preparo el meu viatge a Barcelona**

**3.3 Vaig a la parada**

**3.4 Compro el meu bitllet**

**3.5 Faig la cua i pujo**

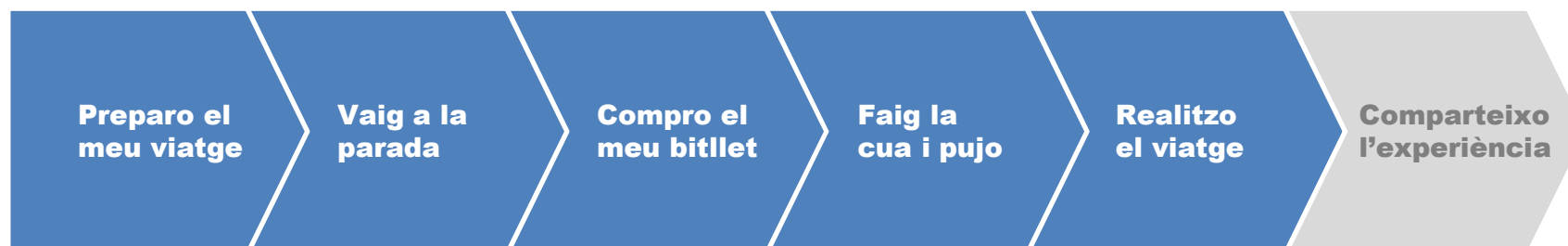
**3.6 Realitzo el viatge**

**3.7 Comparativa amb edicions anteriors**

## 3.1 El *Customer Journey Map* (CJM)

El *Customer Journey Map* (CJM) del Telefèric de Montjuïc s'ha estructurat en les fases que es detallen al gràfic següent.

Exceptuant la darrera de les fases, la resta han estat tractades i treballades a la present enquesta al clients. Cal tenir en compte que les entrevistes s'han dut a terme en sortir de les instal·lacions, pel que “no hi ha hagut temps” a “compartir l'experiència”.



No es presenten resultats per segments, ja que la mostra de *Creueristes* i *Excursionistes* és molt reduïda. D'altra banda, al llarg del capítol es destacaran, si s'escau, trets diferencials bàsics 3 pels arquetips principals: *Turistes viatgen en parella per oci*, *Turistes viatgen en família per oci* i *Turistes viatgen en grup per oci*.

## 3.2 Preparo el meu viatge a Barcelona

Preparo el meu viatge

Vaig a la parada

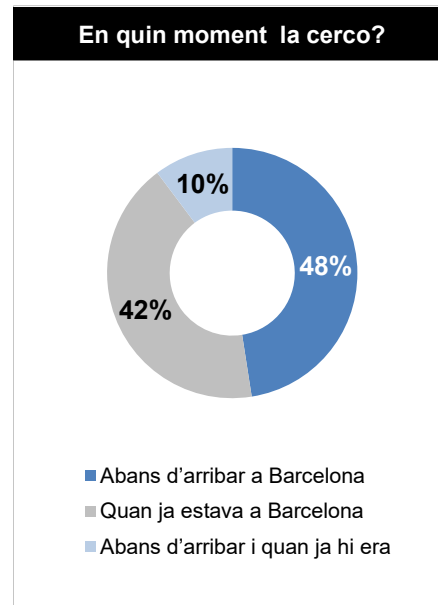
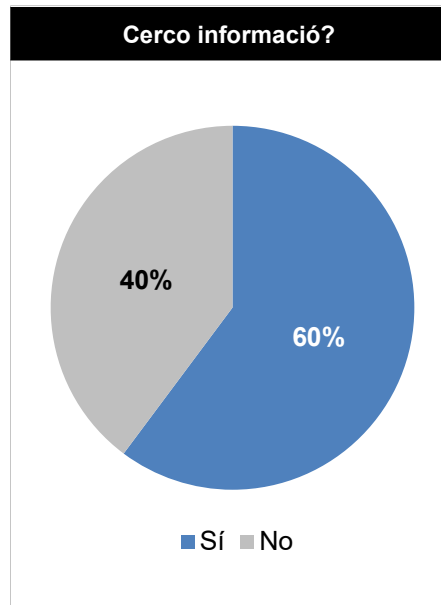
Compro el meu bitllet

Faig la cua i pujo

Realitzo el viatge

*Els turistes que viatgen en família per oci són els que més informació cerquen sobre el Telefèric abans d'arribar a la ciutat.*

Només 6 de cada 10 clients del Telefèric de Montjuïc cerquen informació sobre el servei abans d'utilitzar-lo. Entre els que l'han cercat, al voltant de la meitat ho ha fet abans d'arribar a la destinació. El principal canal emprat per cercar aquesta informació ha estat Internet.

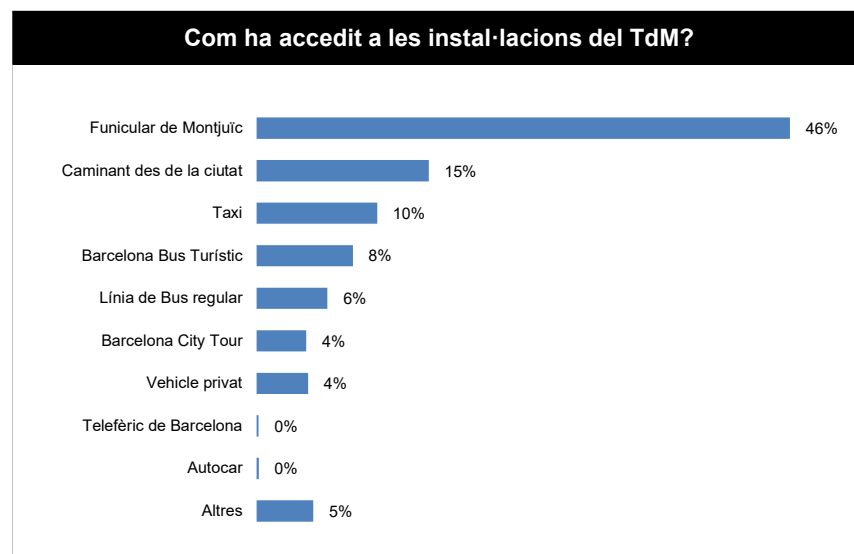


Base: Visitants que usen el Telefèric de Montjuïc

## 3.3 Vaig a la parada



El 46% arriben a les instal·lacions amb el Funicular. Els altres mitjans preponderants són la marxa a peu (15%) i els serveis de hop on hop off (12%). En el seu conjunt, la majoria considera que l'accés al Telefèric de Montjuïc des del mitjà que han emprat per arribar-hi està ben senyalitzat (86%). Els més crítics amb la senyalització són els que arriben al Telefèric caminant (30%).



**La senyalització des d'aquest mitjà ajuda a arribar al TdM?**

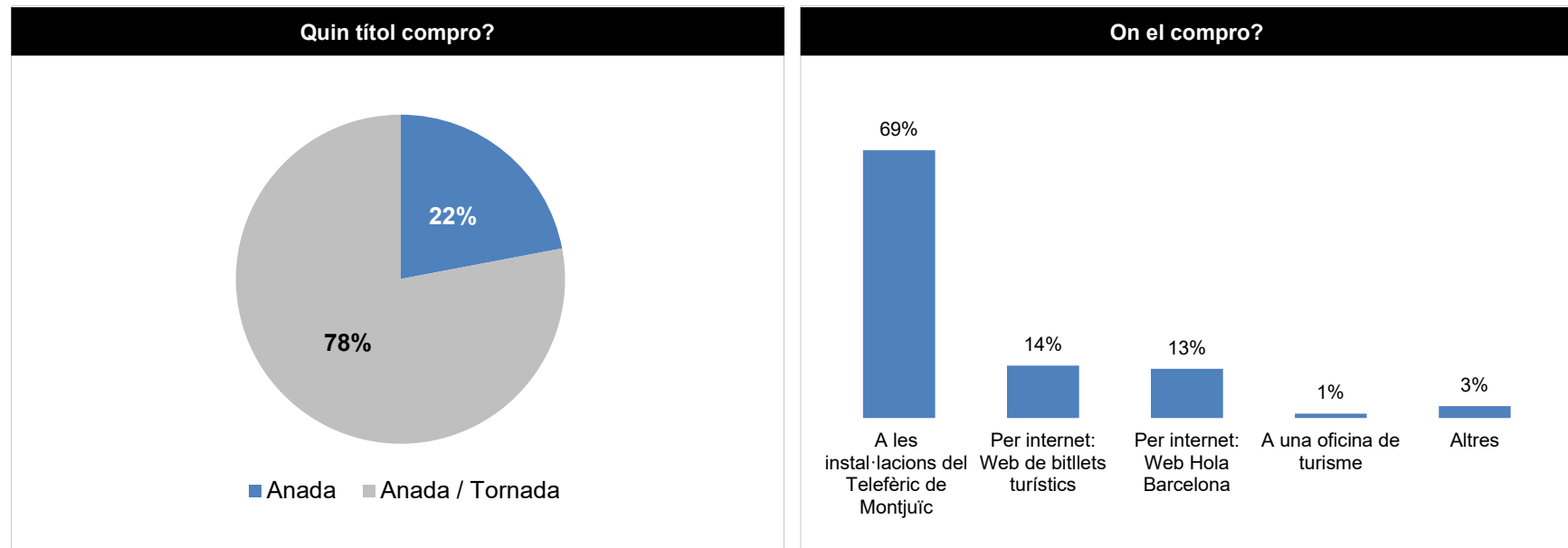
	Sí	No	Total
Caminant des de la ciutat	70%	30%	100%
Funicular de Montjuïc	90%	10%	100%
Línia de Bus regular	91%	9%	100%
Autocar	0%	100%	100%
Barcelona Bus Turístic	99%	1%	100%
Barcelona City Tour	83%	17%	100%
Taxi	83%	17%	100%
Vehicle privat	90%	10%	100%
Telefèric del Port	100%	0%	100%
Altres	85%	15%	100%
<b>Total</b>	<b>86%</b>	<b>14%</b>	<b>100%</b>

Base: Visitants que usen el Telefèric de Montjuïc

## 3.4 Compro el meu bitllet



La gran majoria dels visitants que utilitzen el Telefèric de Montjuïc adquireixen el títol Anada / Tornada (78%). Així mateix, la compra es realitza de forma molt majoritària a les pròpies instal·lacions (69%).



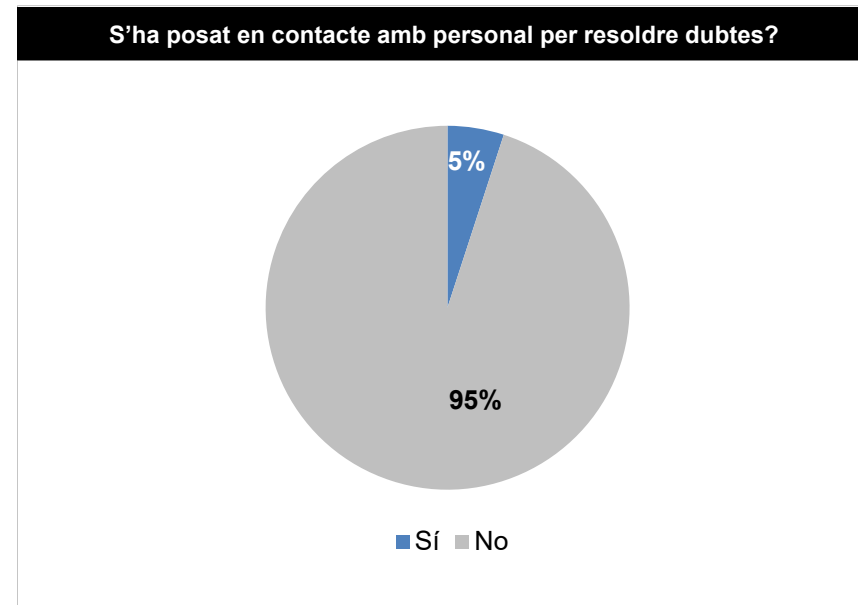
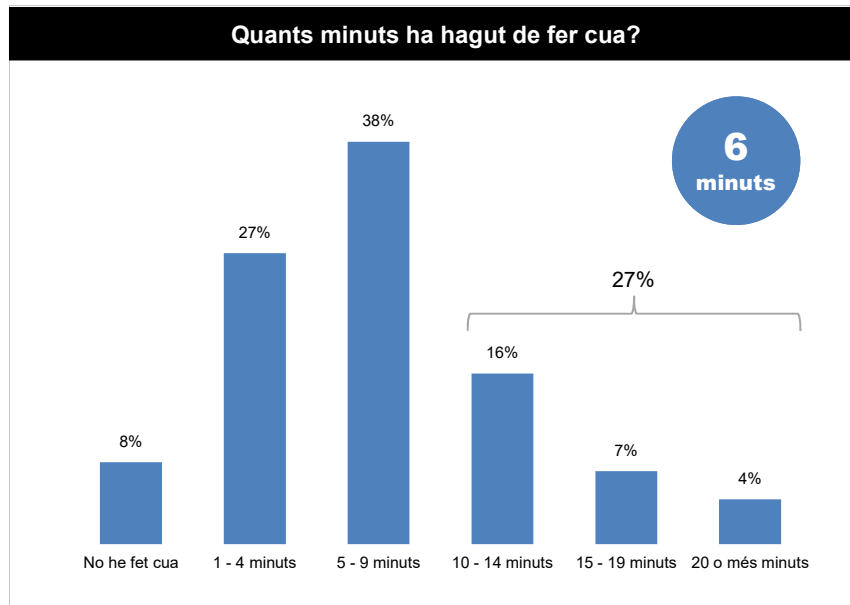
Base: Visitants que usen el Telefèric de Montjuïc

## 3.5 Faig la cua i pujo



No hi ha diferències segons arquetips.

El temps en cua és reduït; assoleix un valor promig de 6 minuts. Sent aquest el valor promig, cal destacar que el 27% dels visitants ha fet cua 10 mínuts o més. Pel que fa a l'atenció al client, menys d'1 de cada 10 visitants s'ha hagut de posar en contacte amb personal del Telefèric de Montjuïc per tal de sol·licitar ajuda o resoldre dubtes.

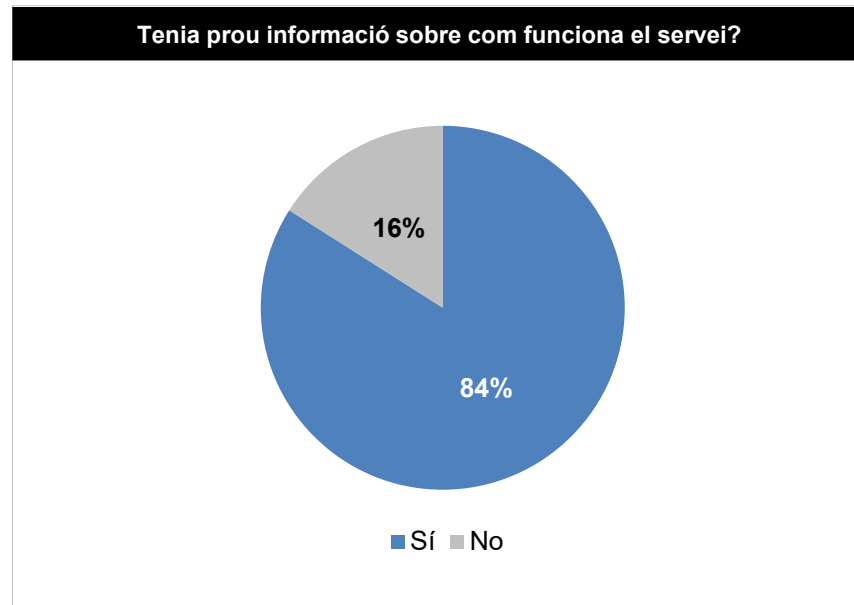


Base: Visitants que usen el Telefèric de Montjuïc

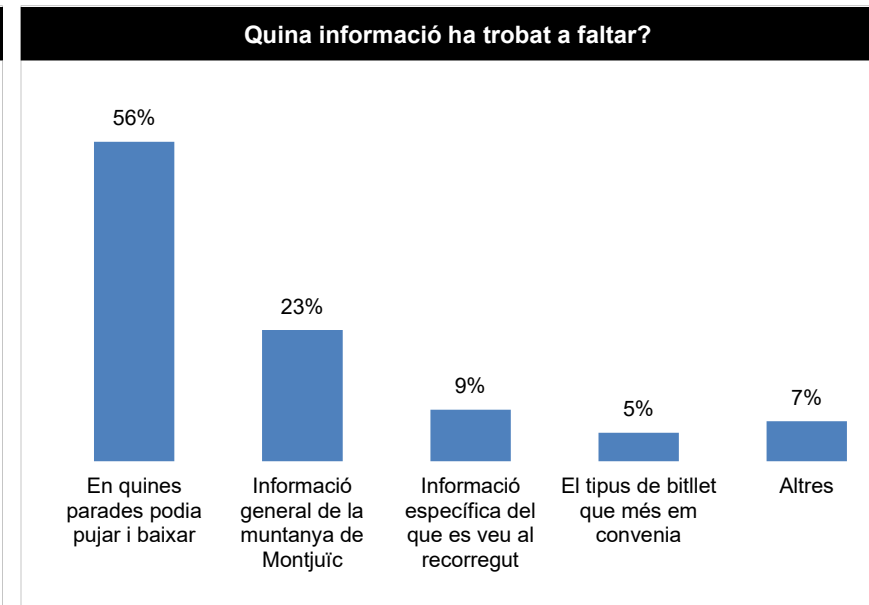
## 3.6 Realitzo el viatge



2 de cada 10 visitants considera que no tenia prou informació sobre com funcionava el servei en el moment d'iniciar el viatge. Aquesta manca d'informació se centra principalment en saber en quines parades podia pujar i baixar i en tenir més informació sobre la muntanya de Montjuïc.



Base: Visitants que usen el Telefèric de Montjuïc



Base: Visitants que usen el Telefèric de Montjuïc i no tenen prou informació

## 3.7 Comparativa amb edicions anteriors

		Edició 2019	Edició 2022	Edició 2023
Preparo el meu viatge	Cerquen informació	57%	58%	60%
	La cerquen abans d'arribar a BCN	52%	42%	48%
Vaig a la parada	Arriben amb el Funicular	40%	40%	46%
	Arriben caminant	21%	21%	15%
	Arriben amb Hop on Hop off	17%	13%	12%
Compro el títol	Compren anada i tornada	74%	75%	78%
	Compren a les instal·lacions	81%	75%	69%
	Compren on-line	18%	19%	27%
Faig la cua i pujo	No fan cua	25%	16%	8%
	Mitjana temps en cua	4 minuts	5 minuts	6 minuts
	Contacten amb personal	8%	7%	5%
Realitzo el viatge	Tenia prou informació	81%	82%	84%

S'observa un creixement de la venda on-line des de l'any 2019, passant del 18% al 27% a l'any 2023.

# 4

## **Els esforços del client**

4.1 Esforços del client | CJM

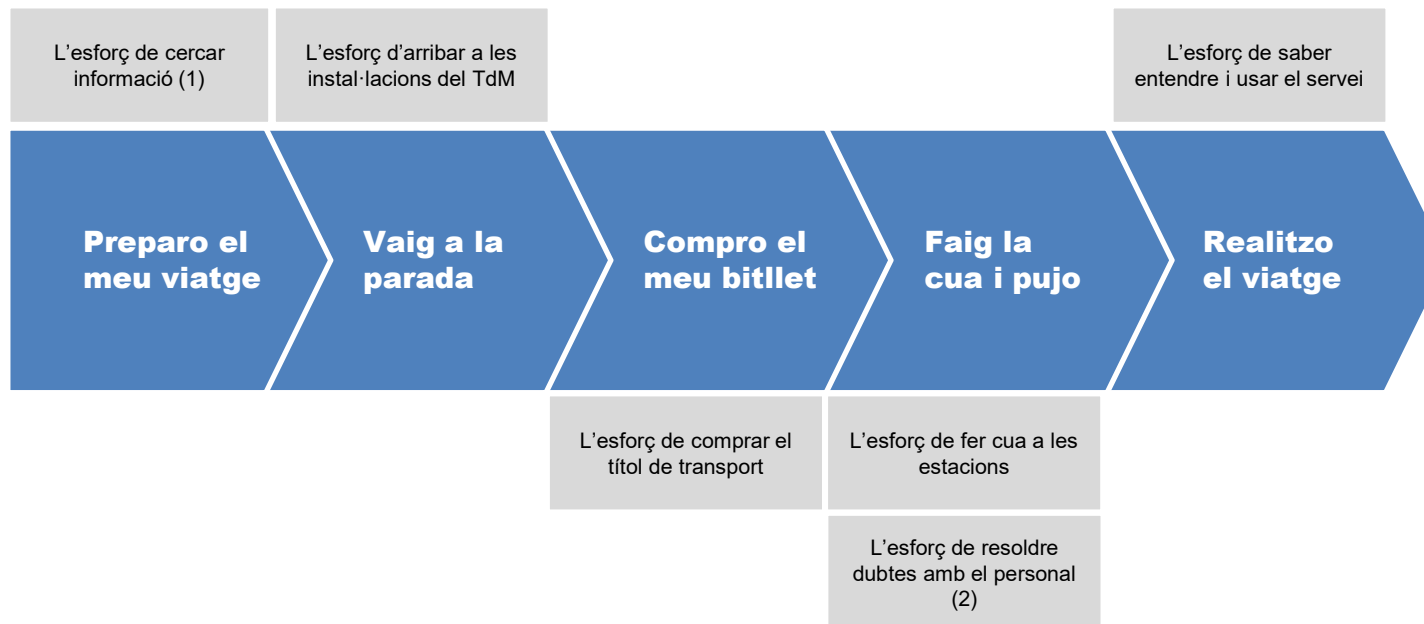
4.2 Esforços nets i relatius

4.3 Principals motius d'esforç

4.4 Comparativa amb edicions anteriors

## 4.1 Esforços del client | CJM

S'ha sol·licitat als clients que indiquin quin nivell d'esforç han representat les següents 6 interaccions amb el servei (veure gràfic).



(1) Només es consideren les respostes dels que han cercat informació

(2) Només es consideren les respostes dels que han interactuat amb el personal

## 4.2 Esforços nets i relatius

Les interaccions que presenten un major esforç relatiu per part dels visitants són:

- Arribar a les instal·lacions.
- Cercar informació.
- Resoldre dubtes amb el personal.

*No hi ha diferències segons arquetips.*

ÀMBITS CONSIDERATS	ESFORÇ QUE SUPOSA					ESFORÇ NET	ESFORÇ RELATIU
	Cap	Poc	Una mica	Bastant	Molt		
Cercar informació	62%	24%	12%	2%	1%	84%	-6%
Arribar a les instal·lacions	68%	18%	10%	3%	1%	82%	-7%
Comprar el títol	91%	8%	1%	0%	0%	99%	9%
Fer cua a les estacions	87%	9%	2%	1%	0%	96%	6%
Resoldre dubtes amb el personal	65%	24%	7%	2%	2%	85%	-4%
Entendre i usar el servei	86%	8%	4%	1%	0%	92%	2%
<b>VALOR PROMIG</b>	---	---	---	---	---	90%	---

Esforç net de l'àmbit = (Cap Esforç + Poc Esforç) – (Bastant Esforç + Molt Esforç)

Esforç relatiu de l'àmbit = (Esforç net de l'àmbit – Esforç net promig) / Esforç net promig x 100

Base: Visitants que usen el Telefèric de Montjuïc

POC ESFORÇ	ER > 5%
ALGUN ESFORÇ	-5% > ER < 5%
BASTANT ESFORÇ	ER < -5%

## 4.2 Esforços nets i relatius

És important realitzar algunes puntualitzacions en relació a les interaccions destacades a la diapositiva anterior:

- Cercar informació només afecta al 60% dels visitants.
- Resoldre dubtes amb el personal només afecta al 5% dels visitants.
- L'esforç relatiu per arribar a les instal·lacions està molt associat al mitjà de transport emprat. En aquest sentit, és especialment important per aquells usuaris que han de recórrer una distància major des del punt d'origen i tenen problemes amb la senyalització.

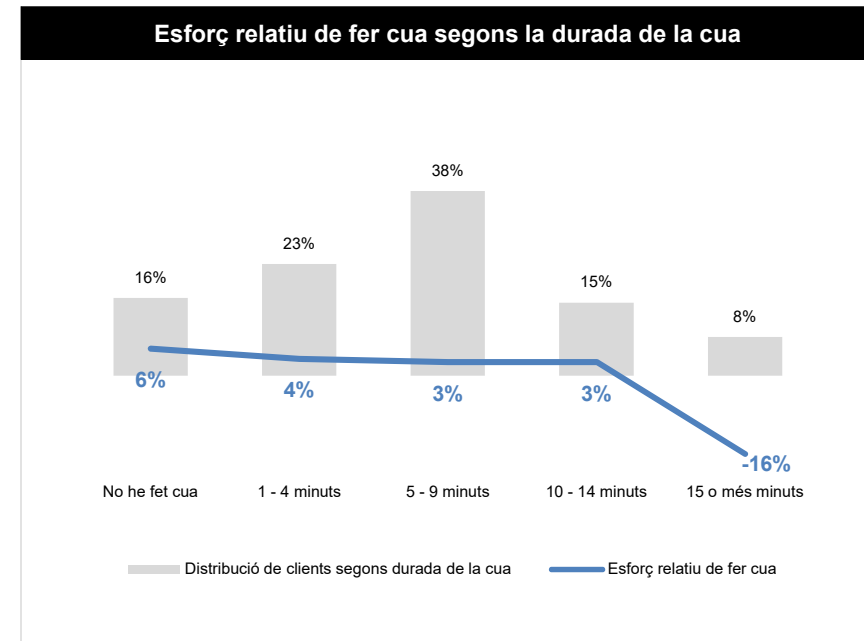
**Esforç relatiu d'arribar a les instal·lacions segons mitjà**

	Quota	Esforç relatiu
Caminant des de la ciutat	15%	-24%
Funicular de Montjuïc	46%	12%
Línia de Bus regular	6%	14%
Autocar	0%	--
Barcelona Bus Turístic	8%	22%
Barcelona City Tour	4%	20%
Taxi	11%	23%
Vehicle privat	4%	20%
Telefèric de Barcelona	0%	--
Altres	5%	6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>- - -</b>

POC ESFORÇ	ER > 5%
ALGUN ESFORÇ	-5% > ER < 5%
BASTANT ESFORÇ	ER < -5%

## 4.2 Esforços nets i relatius

Com s'ha pogut observar anteriorment, el temps promig en cua és reduït (6 minuts), malgrat tot sí que hi ha una part del passatge que fa cues amb durades de 10 minuts o més. Com es pot observar al gràfic següent, quant més dura la cua, major és l'esforç relatiu que representa pel client. En aquest sentit, ens trobem davant d'una interacció que pot arribar a esdevenir crítica.



## 4.3 Principals motius d'esforç

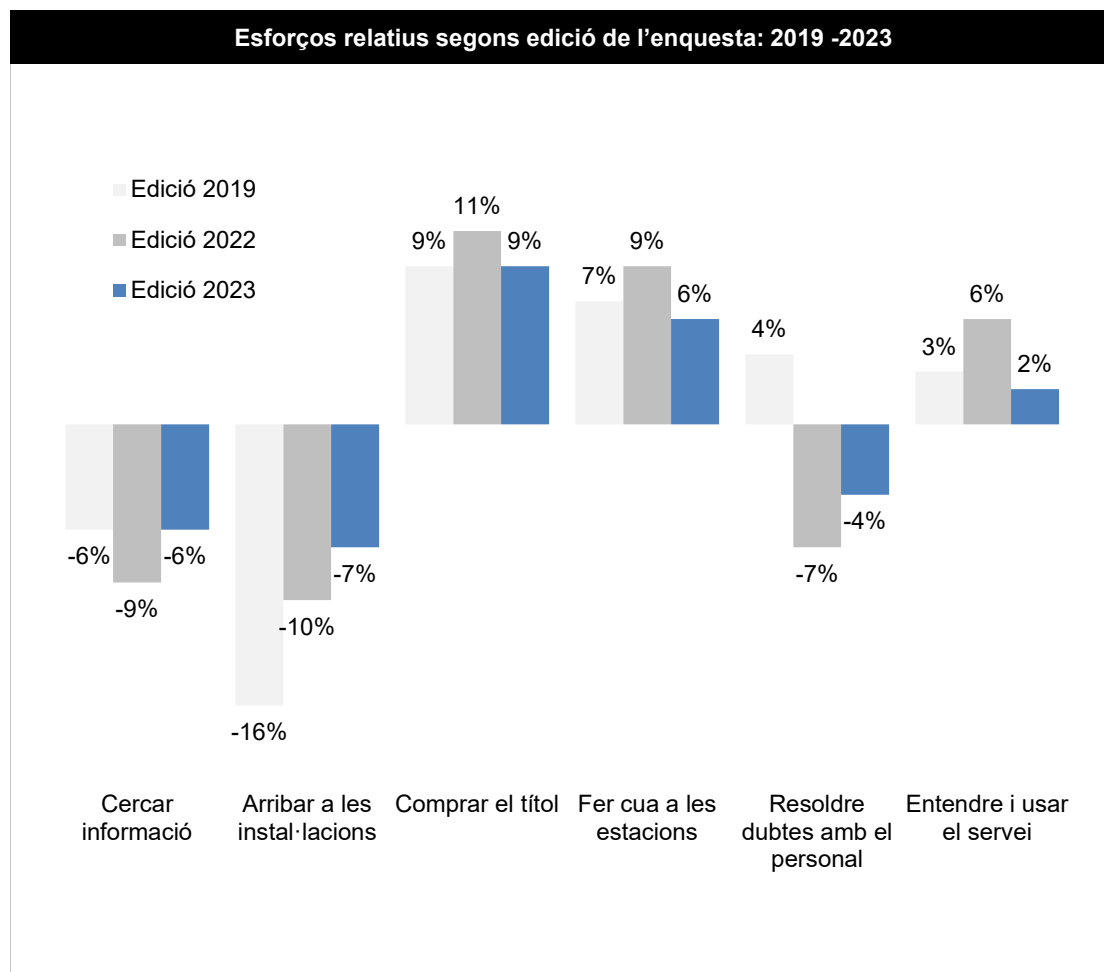
Els principals motius pels quals ha estat un esforç són... (resum dels principals literals | *verbatim*s qualitatius)

CERCAR D'INFORMACIÓ	COMPRAR EL TÍTOL	ARRIBAR A INSTAL·LACIONS	FER CUA A LES ESTACIONS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Resulta difícil entendre que el Telefèric de Montjuïc i el Telefèric del Port són dos serveis diferents: es confonen l'un per l'altre, pot donar la sensació que estan connectats, etcètera.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A vegades es produeixen confusions i no es compra el títol correcte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les indicacions a la via pública són insuficients i poc clares, costa arribar-hi i resulta confús.</li> <li>El trajecte caminant es fa dur: molta pendent, escales, calor, etcètera.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fa molta calor.</li> </ul>

RESOLDRE DUBTES PERSONAL	ENTENDRE I USAR SERVEI
<ul style="list-style-type: none"> <li>No hi ha gaire personal per poder preguntar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A vegades es produeixen confusions: no hi ha prou informació, no es resolen els dubtes...</li> <li>No queda clara la diferència entre el Telefèric de Montjuïc i el Telefèric del Port i es confonen</li> </ul>

Base: Visitants que usen el Telefèric de Montjuïc

## 4.4 Comparativa amb edicions anteriors



L'única diferència remarcable entre edicions fa referència a la reducció de l'esforç d'*arribar a les instal·lacions* respecte l'any 2019.

# 5

## **La valoració del servei**

**5.1 La satisfacció amb el servei**

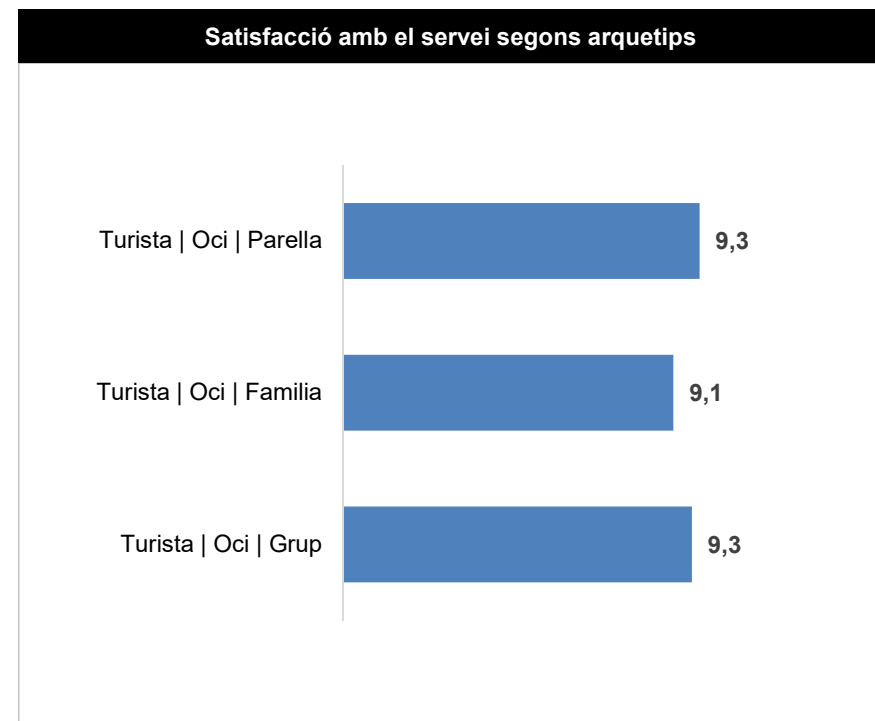
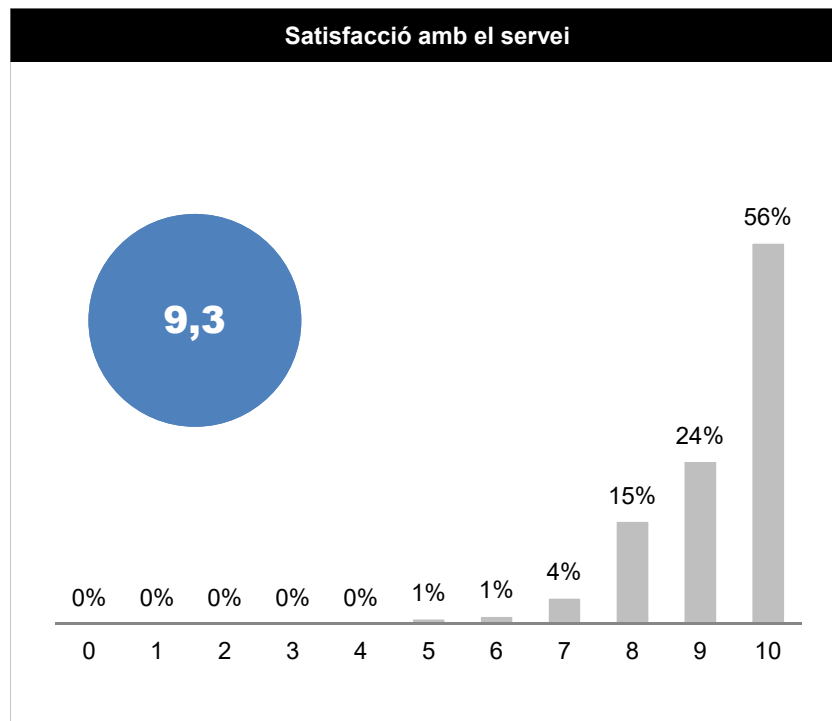
**5.2 La recomanació del servei | NPS**

**5.3 Els valors de marca**

**5.4 Comparativa amb edicions anteriors**

## 5.1 La satisfacció amb el servei

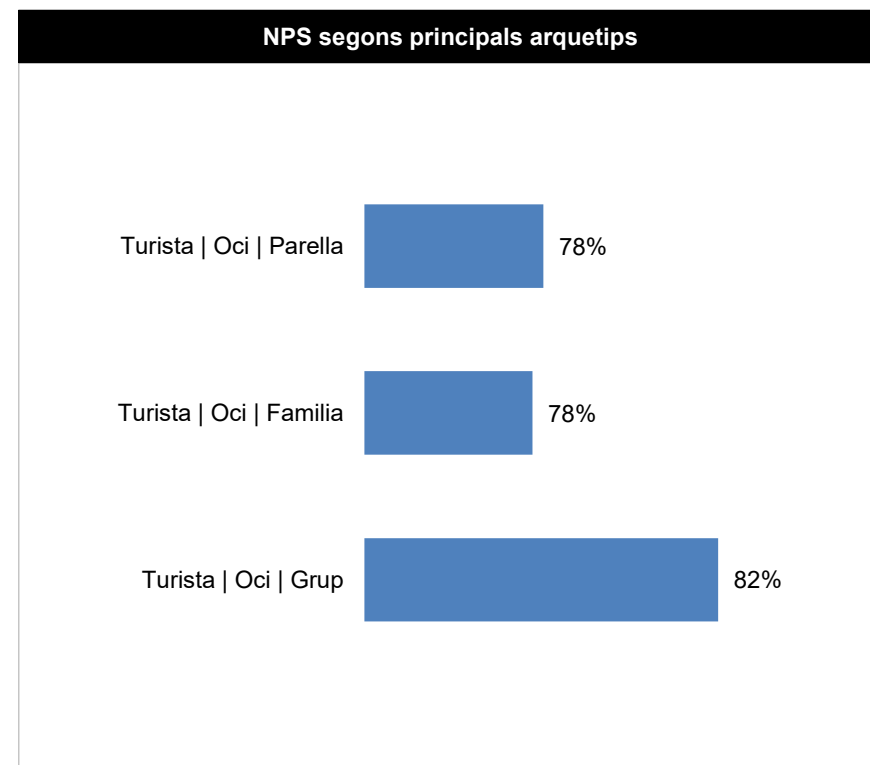
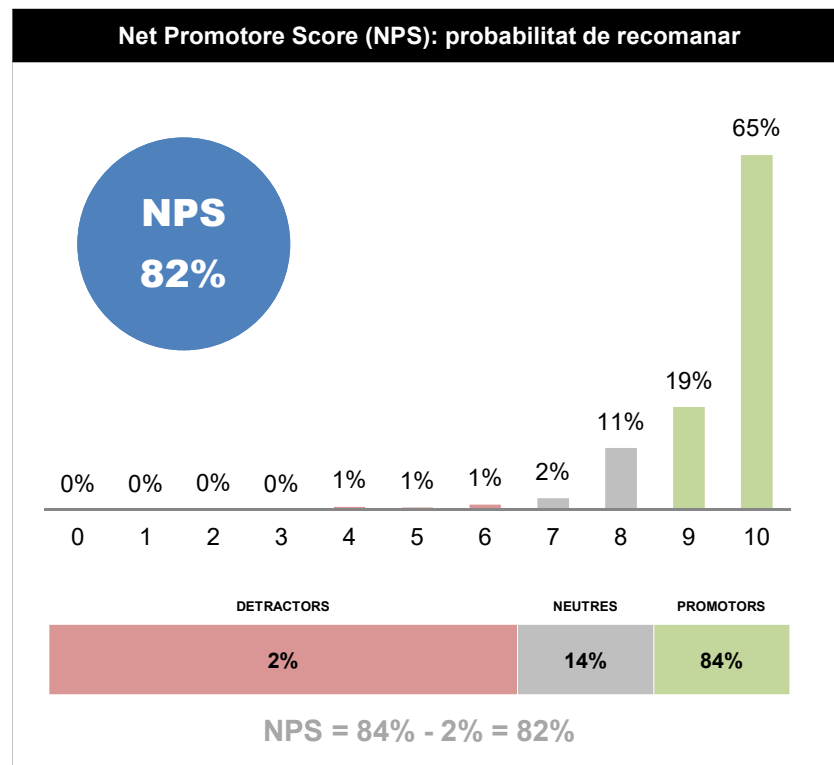
La puntuació del servei és molt elevada, assolint una nota mitjana de 9,3 en una escala del 0 (gens satisfet) al 10 (plenament satisfet). De fet, una mica més del 79% dels visitants li atorguen notes de 9 o 10. Els principals arquetips considerats presenten satisfaccions molt elevades amb el servei del Telefèric de Montjuïc.



Base: Visitants que usen el Telefèric de Montjuïc

## 5.2 La recomanació del servei | NPS

El *Net Promotore Score (NPS)* assoleix valors molt elevats: 82%. Recordem que aquest indicador es basa en una pregunta sobre la probabilitat de recomanació en una escala del 0 (no el recomanaria) al 10 (el recomanaria segur). Els principals arquetips considerats presenten nivells de recomanació elevats, essent l'NPS més elevat el de *Turistes que viatgen per oci en grup*.



Base: Visitants que usen el Telefèric de Montjuïc

## 5.2 La recomanació del servei | NPS

Existeix una relació entre *Recomanació | NPS – Esforços Relatius – Satisfacció*. A la taula següent es pot observar la importància que tenen els moments *Resoldre dubtes amb el personal i Cercar informació*.

Variable	Categories	Classificació segons Recomanació   NPS		
		DETRACTORS	NEUTRES	PROMOTORS
ESFORÇOS RELATIUS	Cercar informació	-49%	-5%	2%
	Arribar a les instal·lacions	-25%	-4%	1%
	Comprar el títol	1%	0%	0%
	Fer cua a les estacions	-29%	-1%	1%
	Resoldre dubtes amb el personal	-207%	-1%	12%
	Entendre i usar el servei	-27%	-9%	3%
SATISFACCIÓ AMB EL SERVEI	<i>Valor promig del grup</i>	6,6	8,3	9,5

POC ESFORÇ	ER > 5%
ALGUN ESFORÇ	-5% > ER < 5%
BASTANT ESFORÇ	ER < -5%



## 5.2 La recomanació del servei | NPS

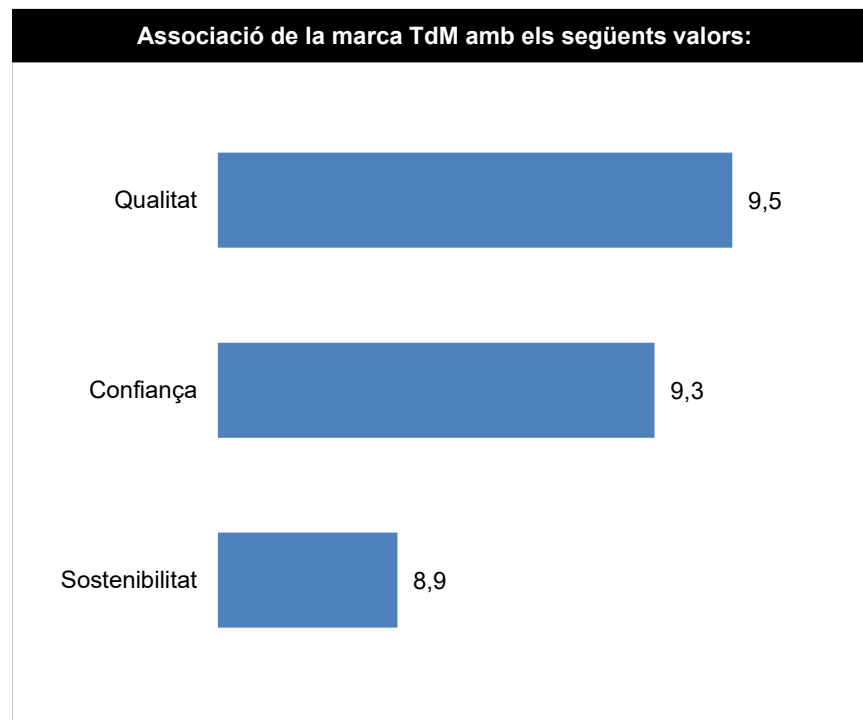
S'ha sol·licitat als *detractors* que indiquin els principals motius de no recomanació:

*"No hi ha informació de res".*  
*"Pel preu".*  
*"Perquè no porta a cap lloc interessant".*  
*"No arriba al centre".*  
*"El viatge és molt curt".*  
*"Massa car".*  
*"Perquè pots caminar".*  
*"És car".*  
*"No m'agrada".*  
*"Per l'aire condicionat i falta d'informació".*  
*"Molta calor i res interessant per fer a dalt".*  
*"Trajecte molt curt".*  
*"Perquè el preu no inclou la visita al castell".*  
*"LPer les persones discapacitades, hi ha alguna barrera.*  
*Com no s'aturen les cabines no sé com afrontar el fet de pujar amb persones amb visibilitat reduïda"*



## 5.3 Els valors de la marca

S'ha demanat als visitants que indiquin fins a quin punt (escala 0-10) associen el Telefèric de Montjuïc amb els atributs *sostenibilitat*, *confiança* i *qualitat*. Les puntuacions obtingudes en els 3 casos són molt elevades (veure gràfic següent).



Base: Visitants que usen el Telefèric de Montjuïc

## 5.4 Comparativa amb edicions anteriors

		Edició 2019	Edició 2022	Edició 2023
Percepció global	Satisfacció amb el servei	9,1	9,1	9,3
	Recomanació del servei: NPS	72%	77%	82%
Valors de marca	Qualitat	9,3	9,3	9,5
	Confiança	9,2	9,2	9,3
	Sostenibilitat	8,6	8,7	8,9

Diferències molt reduïdes entre les tres darreres edicions de l'enquesta. S'observa una tendència alcista de la recomanació del servei amb una pujada de 10 punts del NPS entre el 2019 i el 2023.

**6**

**Idees principals**

## Pel que fa al perfil del client ...

1. 9 de cada 10 clients del Telefèric de Montjuïc són *visitants*.
2. Entre els visitants el pes dels *excursionistes i creueristes* és testimonial, essent la pràctica totalitat *turistes* (visitants que s'allotgen a la ciutat de Barcelona).
3. Els trets bàsics del *turista* que fa servir el servei del Telefèric de Montjuïc són:
  - Edat mitjana 37 anys.
  - Estranger.
  - Visita la ciutat per oci.
  - Arriba a la ciutat en avió.
  - S'allotja en hotels principalment i en apartaments turístics.
  - Pernoctació mitjana de 5 nits.
4. La pràctica totalitat dels *turistes* que usen el Telefèric de Montjuïc s'agrupen en un o altre dels arquetips establerts pel departament CEX:
  - Turista viatja en parella per oci (30% dels clients totals).
  - Turista viatja en família per oci (19%)
  - Turista viatja en grup per oci (31%)

## **Pel que fa al *Customer Journey Map (CJM)* ...**

### 5. Preparo el meu viatge

- 6 de cada 10 cerquen informació.
- La cerca es fa tant abans d'arribar a Barcelona, com un cop s'està a la ciutat.
- El principal canal de cerca d'informació és Internet.

### 6. Vaig a la parada

- La majoria arriba a les instal·lacions amb Funicular, a peu o amb serveis de hop on hop off.
- Es considera que es podria millorar la senyalització de les instal·lacions per part d'aquells que hi accedeixen des de mitjans més allunyats de les mateixes: a peu des de BCN, en autocar...

### 7. Compro el meu bitllet

- 7 de cada 10 compren el bitllet a les instal·lacions.
- Més de dues terceres parts compren el bitllet d'Anada / Tornada.
- S'observa un increment de la venda on-line en els darrers anys: 18% (2019) vs 27% (2023).

### 8. Faig la cua i pujo

- El *promig* de temps en cua és de 6 minuts.
- Un 27% dels individus fan cues de 10 o més minuts.
- Només el 5% s'ha hagut de posar en contacte amb personal per resoldre dubtes o problemes.

### 9. Utilitzo el servei

- El 16% dels visitants considera que no tenia prou informació sobre com funcionava el servei en el moment d'iniciar el viatge: nombre d'estacions, on es pot pujar, on es pot baixar, etcètera.

## Pel que fa als esforços ...

10. S'han analitzat els esforços que suposen determinades interaccions i s'ha pogut observar que les més costoses són:
  - Arribar a les instal·lacions
  - Cercar informació
11. L'esforç per arribar a les instal·lacions es concentra en els mitjans que més allunyats estan del servei i que el client considera més mal senyalitzats. Destaca sobre la resta el cas dels que hi accedeixen caminant.
12. Malgrat que no destaca per tenir un esforços relatius importants pot assolir valors crítics "fer cua i pujar", doncs a partir dels 15 minuts l'esforç creix de forma exponencial.
13. Una anàlisi dels *verbatim*s ens permet conèixer per què alguns consideren que suposa bastant o molt esforç:
  - Cercar informació: Confusió entre Telefèric de Montjuïc i Telefèric del Port.
  - Compra títol de transport: Confusió amb la informació i els tipu de bitllets.
  - Arribar a les instal·lacions: Millorar senyalització a la via pública.  
Es fa molt dut per la calor i la pendent
  - Fer cua: Fa molta calor.
  - Resoldre dubtes amb el personal: No hi ha prou personal per preguntar
  - Entendre i usar el servei: No queda clara la diferència entre Telefèric de Montjuïc i Telefèric del Port

## **Pel que fa a la valoració del servei ...**

14. La satisfacció amb el servei és molt elevada (9,3 en una escala del 0-10).
15. La probabilitat de recomanar-lo també és alta, assolint un valor NPS del 82%.
16. La millora de les interaccions més costoses pot augmentar la probabilitat de recomanació:
  - Resoldre dubtes amb el personal
  - Cercar informació
17. Malgrat tot, entre els *detractors* es destaquen algunes consideracions d'ordre més general:
  - És car.
  - Dura molt poc.
  - No hi ha res interessant per veure a dalt.
  - No hi ha relació amb el castell.
  - Manca informació.