

Enquesta als clients del
BARCELONA BUS TURÍSTIC

Caracterització de la demanda i de l'experiència de client

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

setembre 2024

1. INTRODUCCIÓ.....	3
1.1 Objectius	
1.2 Fitxa tècnica	
2. EL PERFIL DEL CLIENT.....	6
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	
3. ANÀLISI DESCRIPTIU DEL CUSTOMER JOURNEY MAP (CJM).....	15
3.1 El Costumer Journey Map (CJM)	
3.2 Preparo el meu viatge a Barcelona	
3.3 Compro el meu bitllet	
3.4 Vaig a la parada	
3.5 Realitzo el meu viatge	
3.6 Comparativa amb edicions anteriors	
4. ELS ESFORÇOS DEL CLIENT.....	23
4.1 Esforços del client CJM	
4.2 Esforços nets i relatius	
4.3 Comparativa amb edicions anteriors	
5. LA VALORACIÓ DEL SERVEI.....	28
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	
6. IDEES PRINCIPALS.....	35

1

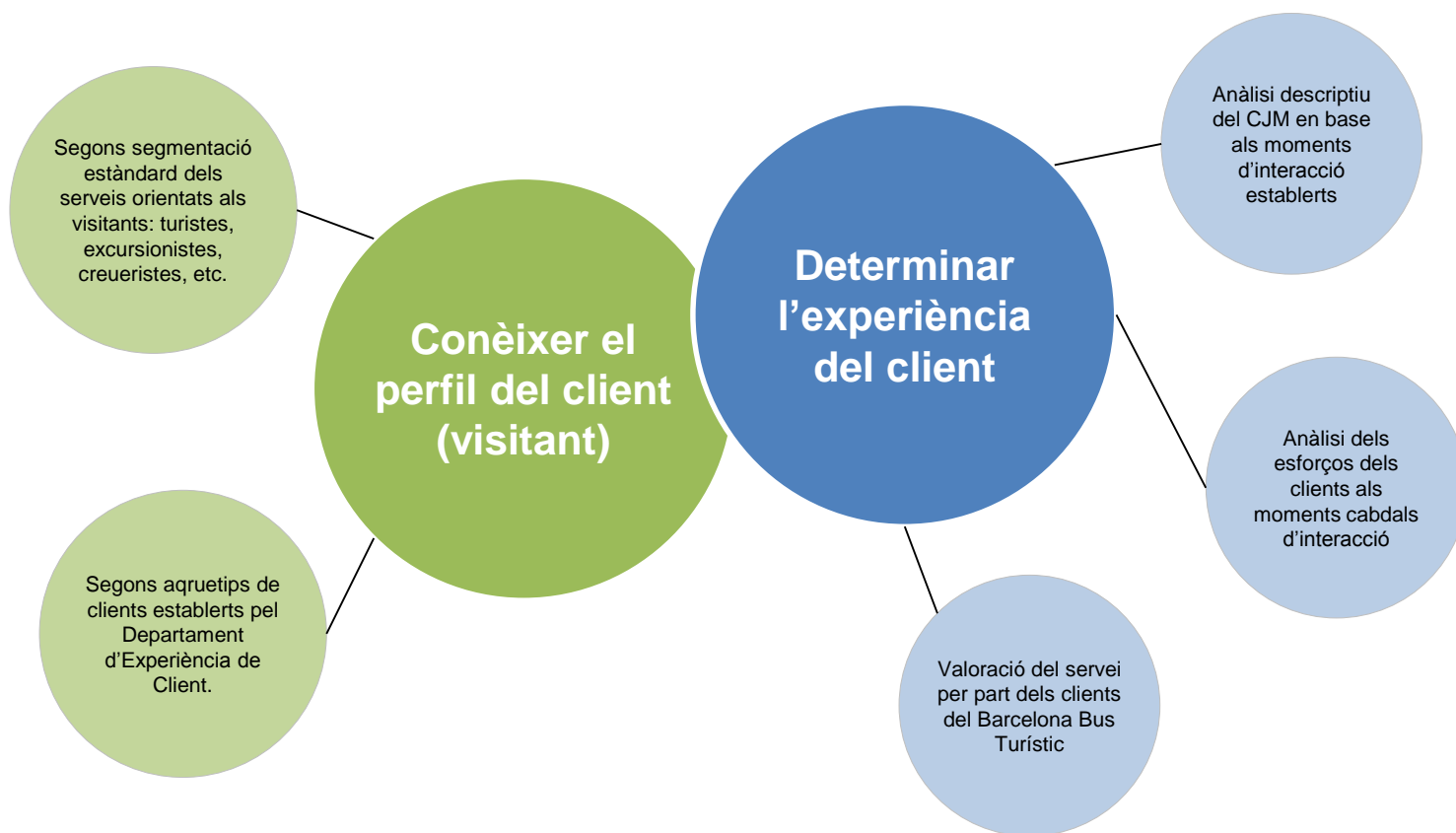
Introducció

1.1 Objectius

1.2 Fitxa tècnica

1.1 Objectius

A finals de juliol de 2024 s'ha dut a terme un estudi per enquesta entre els clients del **Barcelona Bus Turístic** 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:

Univers	Clients del Barcelona Bus Turístic.
Recollida d'informació	Entrevistes personals amb qüestionari estructurat realitzades als clients que es troben usant el servei.
Treball de camp	Entrevistes realitzades entre els dies 18 i 21 de juliol de 2024. El proveïdor del treball de camp ha estat DYM.
Mostra i error	La mostra és de 1.255 entrevistats. Amb una confiança del 95% i sota el supòsit de màxima indeterminació ($p=q$) l'error mostral màxim és del $\pm 2,6\%$.

2

El perfil del client

2.1 Dues aproximacions bàsiques

2.2 Segmentació estàndard de la demanda

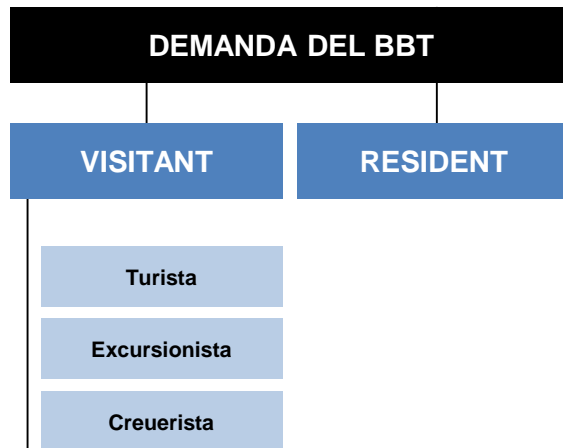
2.3 Segmentació segons *Arquetips CEX*

3.4 Comparativa amb edicions anteriors

2.1 Dues aproximacions bàsiques

La demanda del Barcelona Bus Turístic s'ha analitzat des d'una doble vessant:

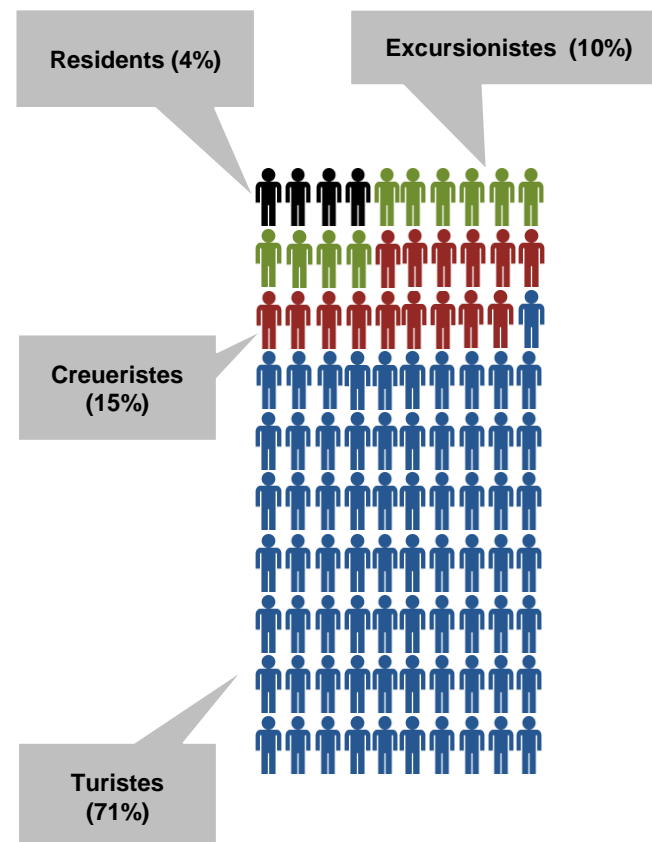
- Segmentació estàndard:** seguint les definicions acadèmiques habitualment emprades a les estadístiques oficials de turisme s'ha classificat a tot usuari en un o altre segment (resident, turista, excursionista o creuerista).
- Arquetips CEX:** el terme arquetip fa referència a models de persones que 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

La pràctica totalitat de la demanda del Barcelona Bus Turístic són visitants, amb un predomini molt clar dels turistes (71%), sobre els creueristes (15%) i els excursionistes (10%).

VISITANT 96%	RESIDENT 4%
<p>Turista Resident fora de l'RMB, que ha pernoctat entre 1 i 28 nits a Barcelona.</p> <p>Excursionista Resident fora de l'RMB, que el motiu principal de l'estada a Barcelona no sigui feina (excepte fires i congressos), estudis o embarcar/desembarcar o fer una excursió des d'un creuer, i no hagi pernoctat ni pernoctarà a la Barcelona.</p> <p>Creuerista Es considerarà creuerista quan el motiu principal de la visita a Barcelona sigui embarcar o desembarcar d'un creuer o fer una excursió mentre s'està en un creuer. Poden pernoctar o no a la ciutat.</p>	<p>Residents a la RMB o residents de fora d'aquest àmbit però que pernocten a Barcelona més de 28 nits o s'hi desplacen regularment per mobilitat obligada (feina o estudis).</p>



2.2 Segmentació estàndard de la demanda

VISITANTS

96%



Pernocten a la ciutat de Barcelona.

71%

TURISTES

Edat mitjana al voltant dels 45 anys



Han vingut a passar el dia a la ciutat de Barcelona.

10%

EXCURSIONISTES

Edat mitjana al voltant dels 44 anys



Inicien, finalitzen o fan etapa de viatge amb creuer.

15%

CREUERISTES

Edat mitjana al voltant dels 46 anys

Predomini molt destacat de turistes internacionals, especialment entre turistes i creueristes

Visiten la ciutat per oci / turisme

Majoritàriament són visitants que viatgen en grup, essent també nombrosos els que ho fan en família o en parella

Arriben a BCN en avió

Arriben a BCN en vehicle privat o tren

Arriben a BCN en creuer o avió

Mitjana pernoctació de 4 nits

No pernocten a Barcelona

Mitjana pernoctació de 2 nits

Allotjats majoritàriament en hotels

- - -

Allotjats la majoria en hotels o creuers

2.2 Segmentació estàndard de la demanda

Variable	Categories	Turistes	Excursionistes	Creueristes	TOTAL
Gènere	Home	48%	58%	54%	50%
	Dona	52%	42%	46%	50%
Grups d'edat	Fins 24 anys	12%	10%	9%	11%
	25 a 34 anys	13%	7%	9%	11%
	35 a 44 anys	23%	38%	27%	26%
	45 a 54 anys	26%	29%	29%	27%
	55 a 64 anys	14%	10%	16%	14%
	65 i més anys	12%	6%	10%	11%
	<i>Mitjana</i>	<i>45 anys</i>	<i>44 anys</i>	<i>46 anys</i>	<i>45 anys</i>
Nacionalitat	Nacional	5%	17%	7%	7%
	Internacional	95%	83%	93%	93%
Tipologia de grups	Viatja sol	6%	3%	3%	5%
	Viatja amb parella	26%	18%	23%	24%
	Viatja amb nucli familiar	28%	52%	27%	30%
	Viatja amb grup de familiars o amics	40%	27%	45%	40%
	Altres situacions	1%	%	2%	1%
Com arriben a la ciutat de Barcelona	Avió	68%	16%	33%	58%
	Tren	15%	27%	5%	14%
	Creuer	%	%	54%	9%
	Vehicle privat	14%	43%	6%	15%
	Altres	3%	13%	2%	4%
TOTAL		100%	100%	100%	100%

Base: Visitants que usen el Barcelona Bus Turístic

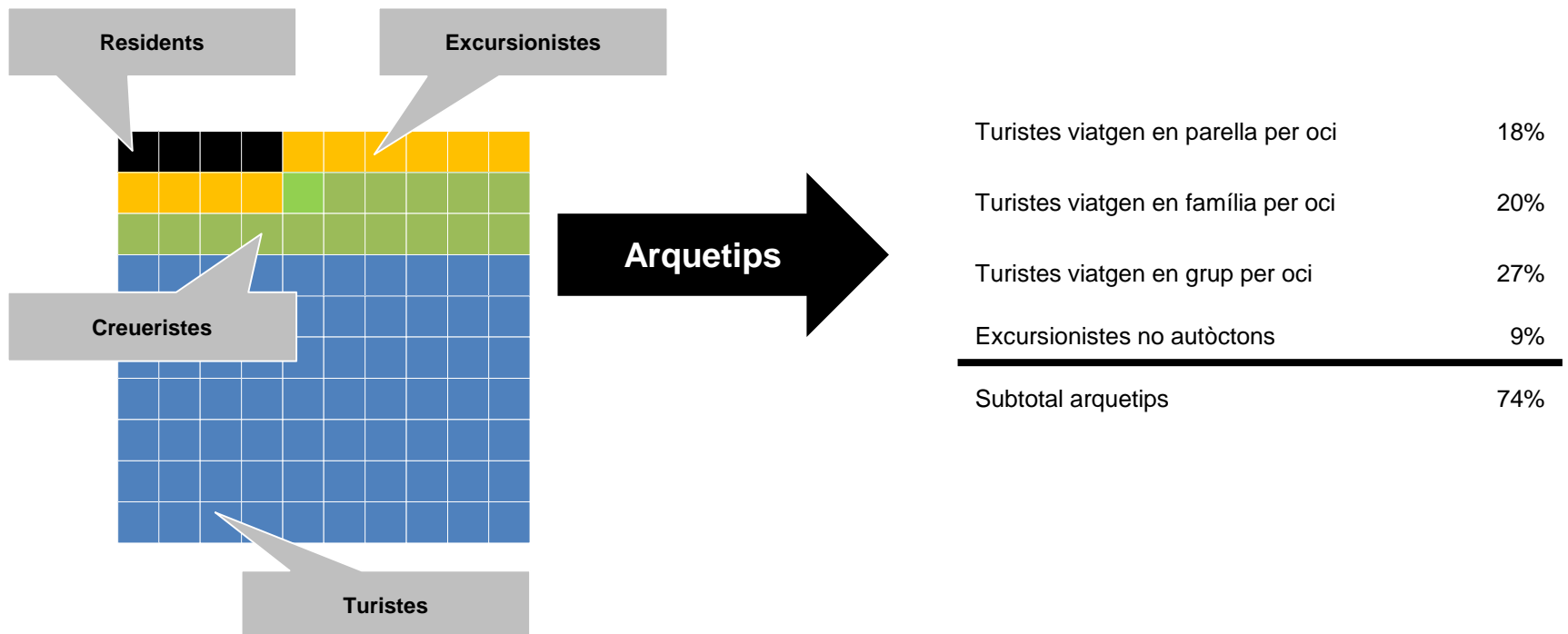
2.2 Segmentació estàndard de la demanda

Variable	Categories	Turistes	Excursionistes	Creueristes	TOTAL
Motiu principal del viatge	Professional	1%	1%	2%	1%
	Oci / Turisme	96%	95%	94%	96%
	Personal / Altres	2%	5%	4%	3%
Allotjat a la ciutat	Està allotjat a Barcelona	100%	0%	56%	82%
	No està allotjat a Barcelona	0%	100%	44%	18%
Pernoctacions	0 pernoctacions	0%	100%	44%	18%
	1 pernoctació	9%	0%	11%	9%
	2 pernoctacions	18%	0%	11%	15%
	3 a 4 pernoctacions	42%	0%	16%	33%
	5 a 6 pernoctacions	13%	0%	4%	10%
	7 a 8 pernoctacions	9%	0%	6%	8%
	9 a 10 pernoctacions	3%	0%	2%	2%
	> 10 pernoctacions	5%	0%	5%	5%
	<i>Mitjana pernoctacions</i>	<i>4 pernoctacions</i>	<i>0 pernoctacions</i>	<i>2 pernoctacions</i>	<i>4 pernoctacions</i>
Lloc on s'allotjen	Hotel / Aparthotel	70%	0%	72%	70%
	Pensió	0%	0%	1%	1%
	Alberg juvenil / hostel	5%	0%	2%	5%
	Apartament turístic	15%	0%	7%	14%
	Casa o pis d'intercanvi	1%	0%	0%	0%
	Casa particular d'amics o familiars	5%	0%	2%	5%
	Creuer	0%	0%	16%	2%
	Altres	4%	0%	0%	3%
TOTAL		100%	100%	100%	100%

Base: Visitants que usen el Barcelona Bus Turístic

2.3 Segmentació segons *Arquetips CEX*

Dels 4 arquetips proposats pel Departament d'Experiència de Client, n'hi ha 1 que té un pes més destacat: turistes que viatgen en grup per oci. Considerats de forma conjunta, representen el 74% de la demanda total del Barcelona Bus Turístic.



2.3 Segmentació segons *Arquetips CEX*

Els 3 arquetips del tipus *turista* presenten diferències molt reduïdes entre ells. Les més notables són que l'arquetip *turista en parella per oci* té una major tendència a allotjar-se en Hotel/Aparthotel que els arquetips *turista en família per oci* i *turista en grup per oci* que tenen una major predisposició a allotjar-se en Apartaments turístics. Malgrat tot, aquestes particularitats no són especialment remarcables.

Variable	Categories	Turista en parella per oci	Turista en família per oci	Turista en grup per oci	Excursionista no autòcton
Nacionalitat	Nacional	3%	5%	6%	5%
	Internacional	97%	95%	94%	95%
Com arriben a la ciutat de Barcelona	Avió	75%	59%	68%	16%
	Tren	14%	16%	15%	27%
	Creuer	0%	0%	0%	0%
	Vehicle privat	8%	23%	13%	43%
	Altres	2%	3%	4%	13%
Pernoctacions	Mitjana de pernoctacions	<i>4 pernoctacions</i>	<i>5 pernoctacions</i>	<i>4 pernoctacions</i>	<i>0 pernoctacions</i>
Lloc on s'allotjen	Hotel / Aparthotel	83%	69%	66%	0%
	Pensió	1%	0%	0%	0%
	Alberg juvenil / hostel	6%	3%	5%	0%
	Apartament turístic	6%	18%	21%	0%
	Casa o pis d'intercanvi	0%	1%	1%	0%
	Casa particular d'amics o familiars	2%	2%	5%	0%
	Creuer	0%	0%	0%	0%
	Altres	3%	7%	3%	0%
TOTAL		100%	100%	100%	100%

Base: Visitants que usen el Barcelona Bus Turístic

2.4 Comparativa amb edicions anteriors

		Edició 2018	Edició 2019	Edició 2022	Edició 2023	Edició 2024
Segmentació Estàndard	Residents	2%	2%	5%	3%	4%
	Visitants Turistes	75%	73%	67%	73%	71%
	Visitants Excursionistes	13%	9%	10%	8%	10%
	Visitants Creueristes	10%	16%	18%	16%	15%
	Total clients	100%	100%	100%	100%	100%
Arquetips CEX	No pertanyen als arquetips	23%	26%	27%	26%	24%
	Turistes viatgen en parella per oci	19%	20%	17%	19%	18%
	Turistes viatgen en família per oci	17%	18%	19%	13%	20%
	Turistes viatgen en grup per oci	28%	27%	27%	34%	27%
	Excursionistes no autòctons	12%	9%	10%	8%	9%
	Total clients	100%	100%	100%	100%	100%
Indicadors bàsics Visitants	Percentatge de dones	47%	50%	53%	52%	50%
	Mitjana d'edat	42 anys	44 anys	43 anys	42 anys	45 anys
	Percentatge estrangers	92%	93%	92%	92%	93%
	Percentatge arriba en avió	68%	63%	55%	65%	58%
	Percentatge viatja per oci	94%	94%	95%	94%	96%
	Percentatge allotjats a BCN	82%	84%	82%	86%	82%
	Mitjana pernотacions a BCN	4 pernотacions	4 pernотacions	4 pernотacions	4 pernотacions	4 pernотacions
	Percentatge allotjats a hotels BCN	72%	66%	73%	73%	70%

Diferències molt reduïdes entre les darreres 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 Compro el meu bitllet

3.4 Vaig a la parada

3.5 Realitzo el viatge

3.6 Comparativa amb edicions anteriors

3.1 El *Customer Journey Map* (CJM)

El *Customer Journey Map* (CJM) del Barcelona Bus Turístic s'ha estructurat en les fases que es detallen al gràfic següent. Exceptuant la darrera de les fases –Comparteix l'experiència-, la resta han estat tractades i treballades a la present enquesta a clients.



Al llarg del capítol es destacaran, si s'escau, trets diferencials bàsics dels 3 segments (*Turistes*, *Excursionistes* i *Creueristes*) i dels 4 arquetips (*Turistes que viatgen en parella per oci*, *Turistes que viatgen en família per oci*, *Turistes que viatgen en grup per oci* i *Excursionistes no autòctons*).

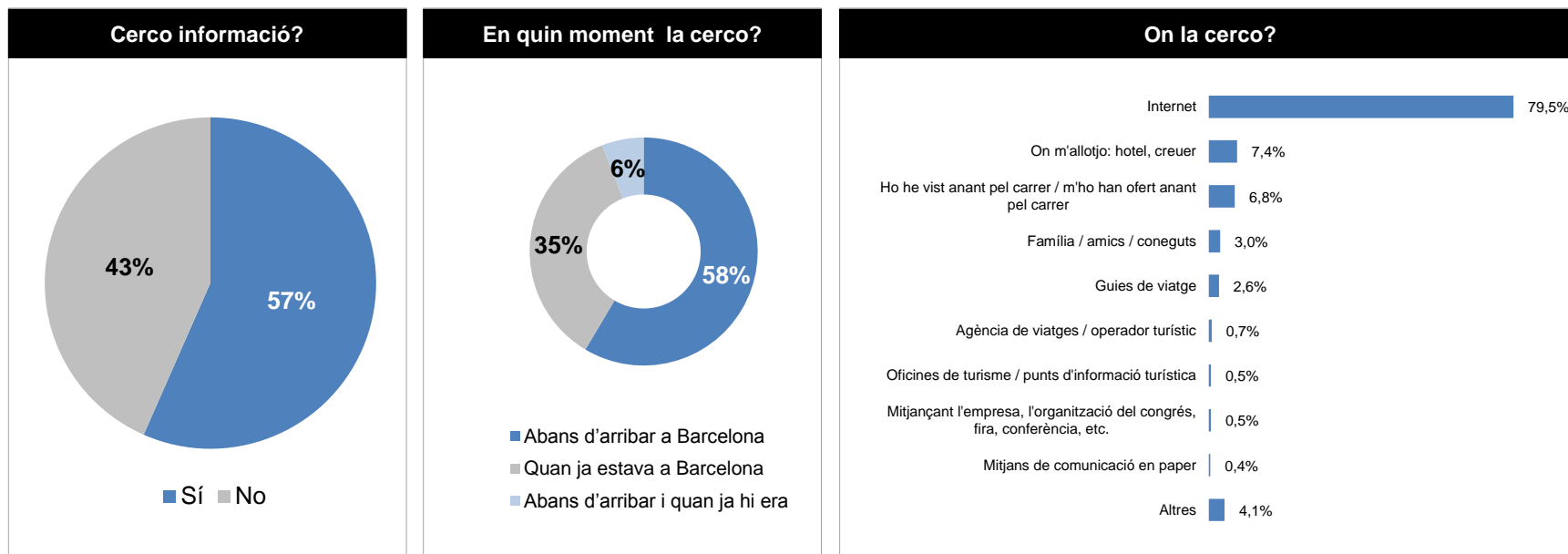
(*) En aquesta edició només s'ha analitzat aquesta fase a nivell d'esforços

3.2 Preparo el meu viatge a Barcelona



No hi ha diferències segons segments ni segons arquetips.

El 57% dels clients del Barcelona Bus Turístic ha realitzat una cerca de informació sobre el servei abans d'utilitzar-lo. Entre els que l'han cercat, més de la meitat o ha fet abans d'arribar a Barcelona. La pràctica totalitat dels que han cercat informació o ha fet per Internet (79,5%).



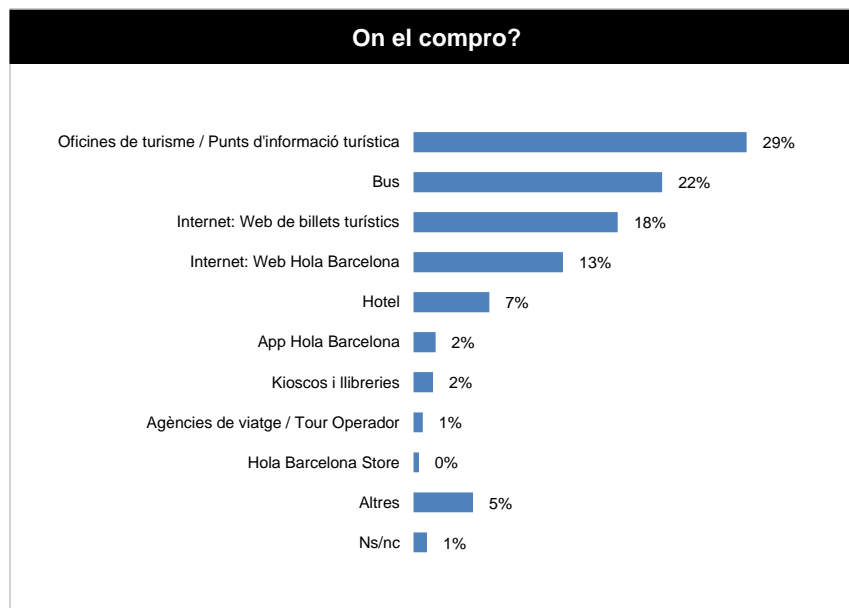
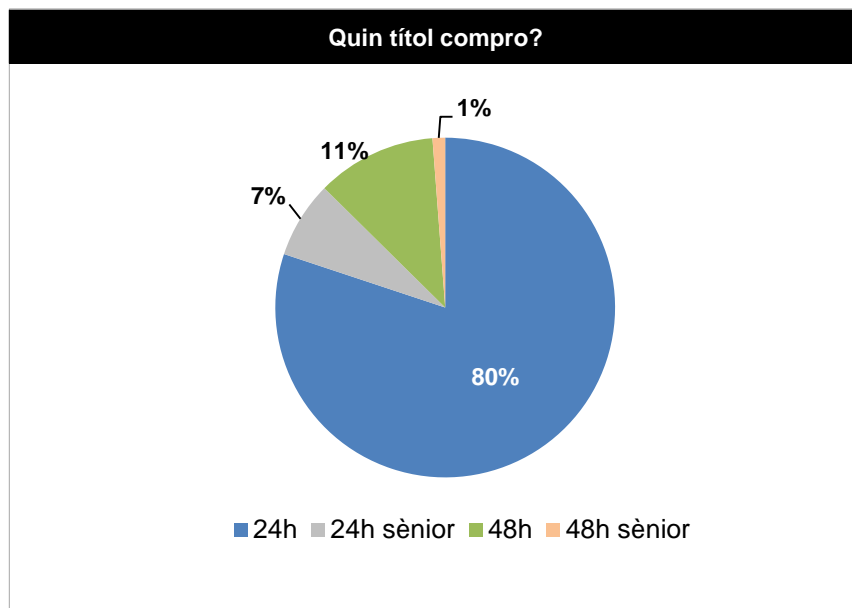
Base: Visitants que usen el Barcelona Bus Turístic

3.3 Compro el meu bitllet



No hi ha diferències segons segments ni segons arquetips.

La gran majoria dels visitants que utilitzen el Barcelona Bus Turístic adquireixen el títol de 24 hores (80%). L'adquisició es realitza majoritàriament a les Oficines de Turisme (29%), al mateix Bus (22%), per internet a Web de bitllets turístics (18%) o per Internet a la Web Hola Barcelona (13%).



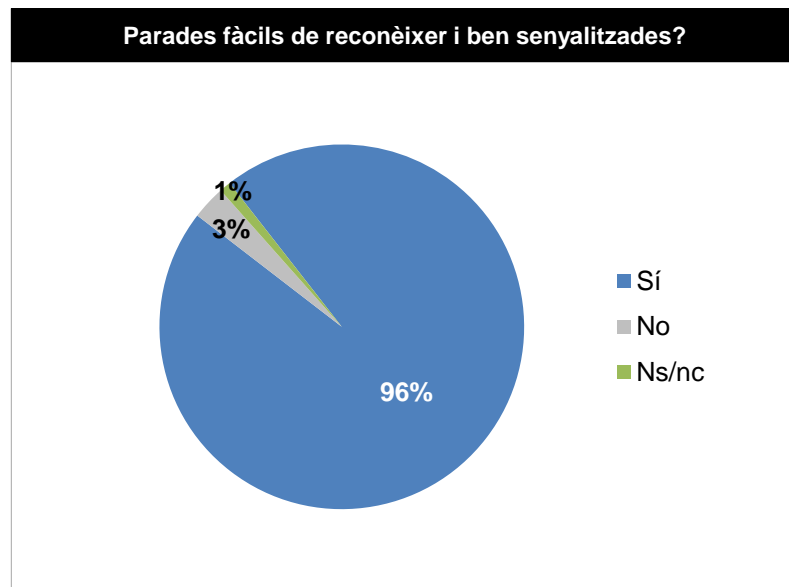
Base: Visitants que usen el Barcelona Bus Turístic

3.4 Vaig a la parada



No hi ha diferències segons segments ni segons arquetips.

El 96% dels entrevistats considera que les parades del Barcelona Bus Turístic són fàcils de reconèixer i estan ben senyalitzades. No s'observen diferències destacades per segments ni arquetips.

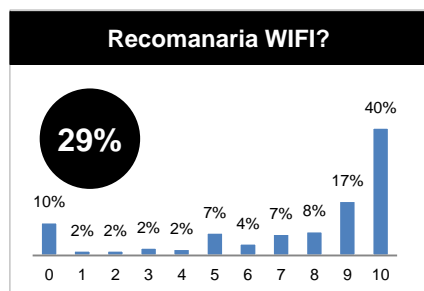
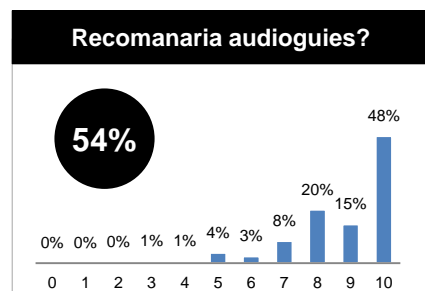


Base: Visitants que usen el Barcelona Bus Turístic

3.5 Realitzo el viatge

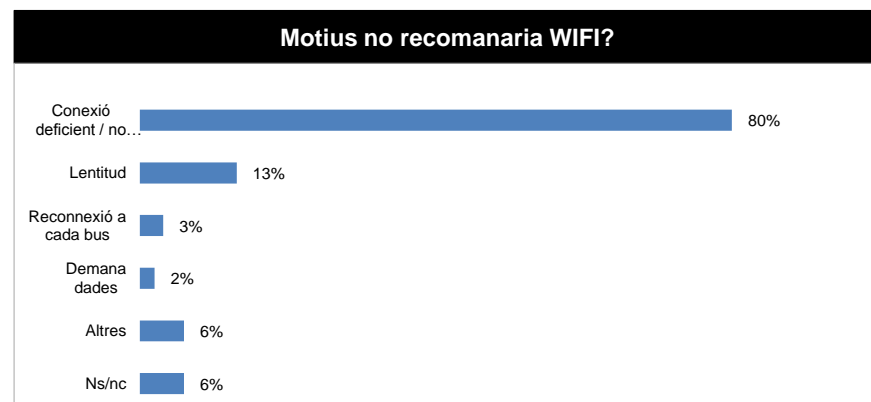
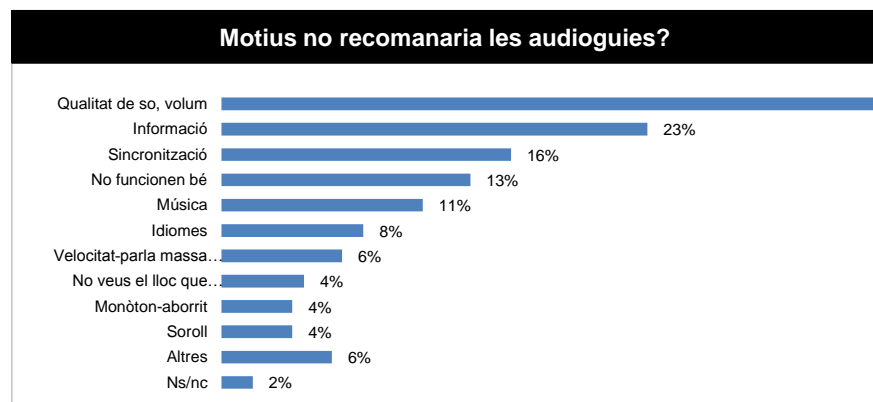


No hi ha diferències segons segments ni segons arquetips.



El 90% ha utilitzat les audioguies amb un Net Promotore Score (NPS) / probabilitat de recomanar del 54%. Entre els aspectes pels que no recomanaria les audioguies destaquen la qualitat del so, la informació i la mala sincronització.

El 15% ha utilitzat el servei WIFI del Barcelona Bus Turístic amb un NPS del 29%. El principal aspecte per que no recomanaria el servei WIFI és la connexió.



Base: Visitants que usen el Barcelona Bus Turístic

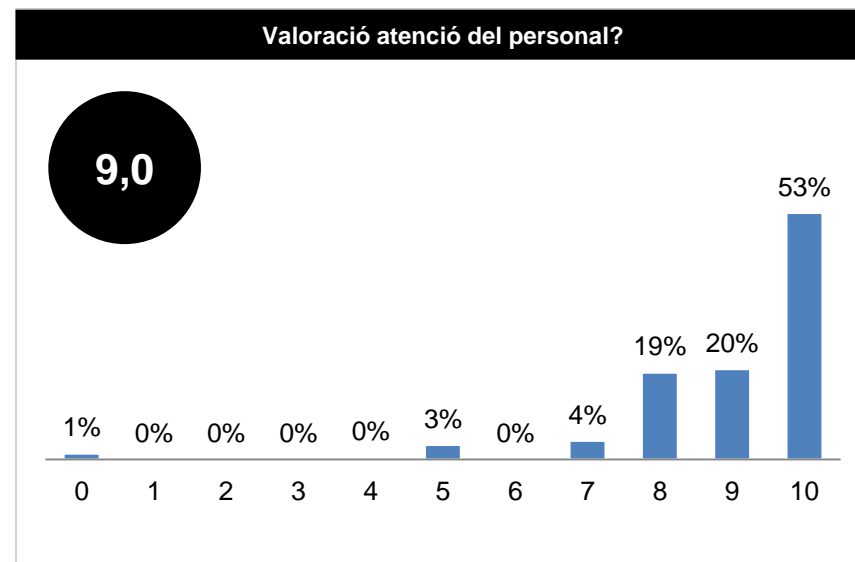
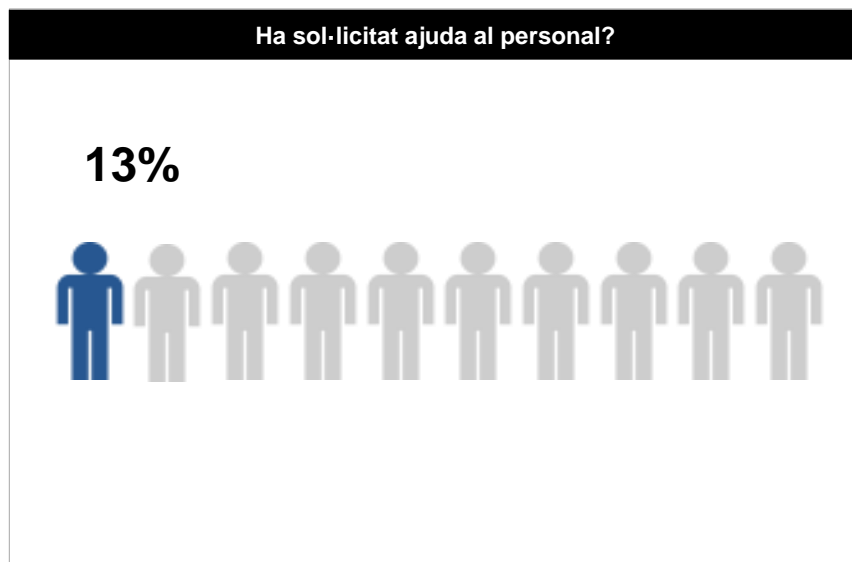
3.5 Realitzo el viatge



No hi ha diferències segons segments ni segons arquetips.

Només un 13% dels visitants ha sol·licitat ajuda al personal del Barcelona Bus Turístic.

La valoració de l'atenció del personal és molt bona, un 9. Més de la meitat dels visitants li dona un 10.



Base: Visitants que usen el Barcelona Bus Turístic

3.6 Comparativa amb edicions anteriors

		Edició 2018	Edició 2019	Edició 2022	Edició 2023	Edició 2024
Preparo el meu viatge	Cerquen informació	65%	58%	64%	60%	57%
	La cerquen abans d'arribar a BCN	59%	57%	55%	54%	58%
Vaig a la parada	Parades fàcil de reconèixer	93%	96%	95%	96%	96%
Compro el títol	Títol d'1 dia/24 hores	79%	76%	82%	79%	80%
	Compren a Internet	21%	27%	37%	39%	33%
Realitzo el viatge	Audioguies	90%	90%	90%	88%	90%
	Wifi	30%	30%	21%	20%	15%
	Ajuda al personal	20%	20%	14%	11%	13%

- Disminució de la cerca d'informació a la preparació del viatge del 60% al 57% dels clients.
- Disminueix 5 punts percentuals l'ús del Wifi respecte l'edició de 2023, i 15 punts respecte l'edició de 2018.
- Disminució de la compra online respecte l'edició 2023: del 39% al 33%.

4

Els esforços del client

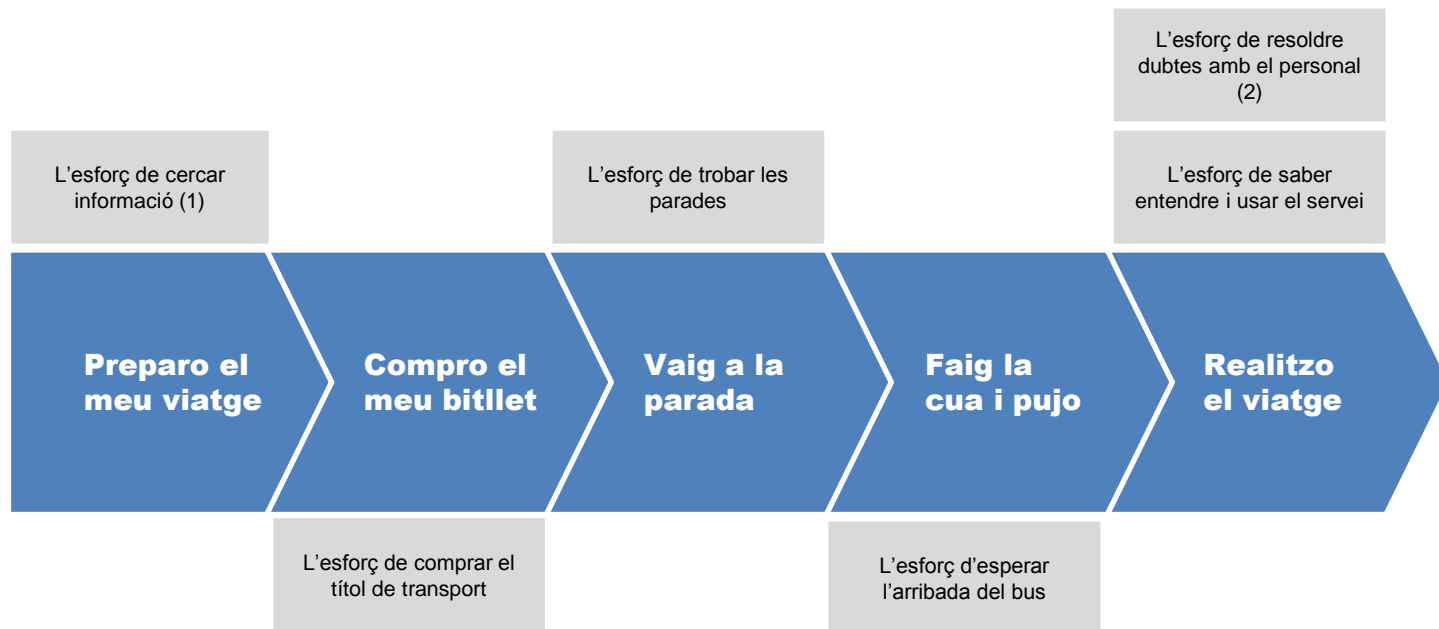
4.1 Esforços del client | CJM

4.2 Esforços nets i relatius

4.3 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

Cap de les interaccions analitzades representa un esforç absolut remarcable per els visitants. Quan relativitzem els resultats, podem observar com *cercar informació* i *trobar les parades* són les interaccions que suposen un major esforç.

ÀMBITS CONSIDERATS	ESFORÇ QUE SUPOSA					ESFORÇ NET	ESFORÇ RELATIU
	Cap	Poc	Una mica	Bastant	Molt		
Cercar informació	60%	27%	11%	2%	1%	85%	-5%
Comprar el títol	82%	14%	2%	1%	0%	95%	6%
Trobar les parades	59%	28%	11%	2%	0%	85%	-5%
Temps d'espera vehicles	61%	30%	9%	1%	0%	89%	0%
Resoldre dubtes amb el personal	63%	30%	4%	1%	2%	90%	1%
Entendre i usar el servei	74%	18%	7%	0%	0%	92%	3%
VALOR PROMIG	---	---	---	---	---	89%	---

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

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

Base: Visitants que usen el Barcelona Bus Turístic

4.2 Esforços nets i relatius

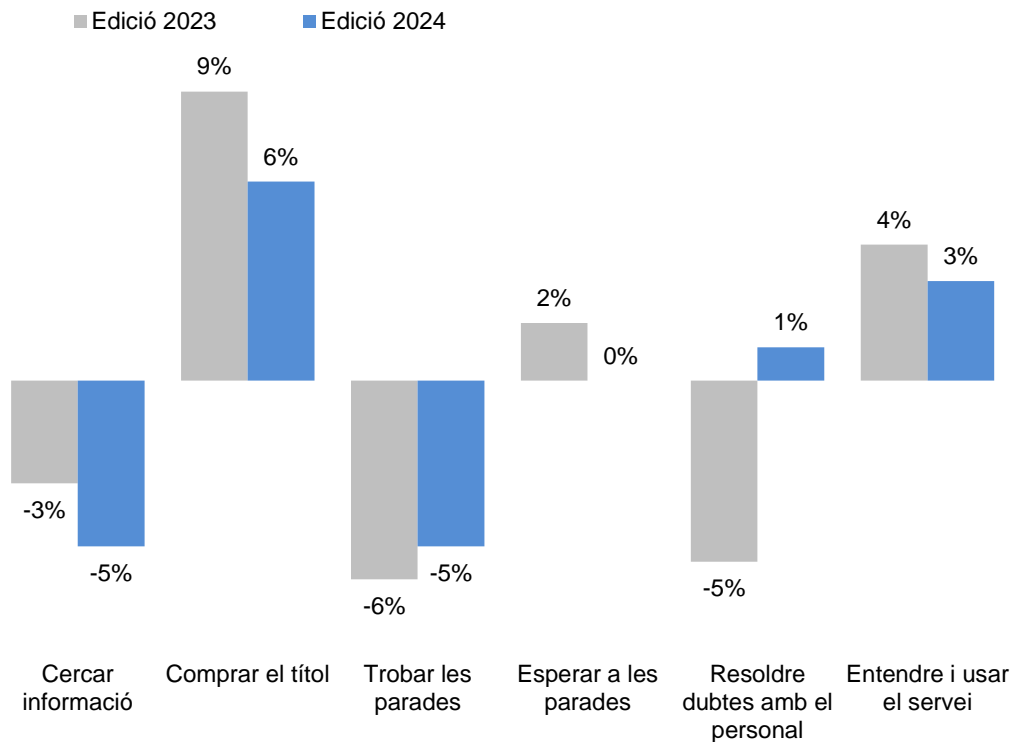
Els principals motius pels quals ha estat un esforç són (resum dels principals literals | verbatim):

CERCAR D'INFORMACIÓ	COMPRAR EL TÍTOL	TROBAR LES PARADES
<ul style="list-style-type: none">▪ Informació confusa/no clara.▪ Poca informació.	<ul style="list-style-type: none">▪ Problemes amb la tarjeta.▪ Web/App no funciona bé.▪ Trigava en arribar confirmació	<ul style="list-style-type: none">▪ Informació-ubicació confusa/difícil trobar-ubicarse/mal senyalitzada.▪ Referència al mapa/mal indicat/falta mapa.▪ Web-App no funciona bé.

TEMPS D'ESPERA VEHICLES	RESOLDRE DUBTES AMB EL PERSONAL	ENTENDRE I USAR SERVEI
<ul style="list-style-type: none">▪ Massa temps d espera.▪ Molta gent/molta cua.▪ Calor	<ul style="list-style-type: none">▪ No amabilitat.▪ No parlen altres idiomes.	<ul style="list-style-type: none">▪ Confús, no està clar.▪ Referencia al mapa, difícil d'entendre.

4.3 Comparativa amb edicions anteriors

Esforços relatius segons edició de l'enquesta: 2023 i 2024



Les dues diferències remarcables entre edicions fa referència a *resoldre dubtes amb el personal* i *comprar títol*.

5

La valoració del servei

5.1 La satisfacció amb el servei

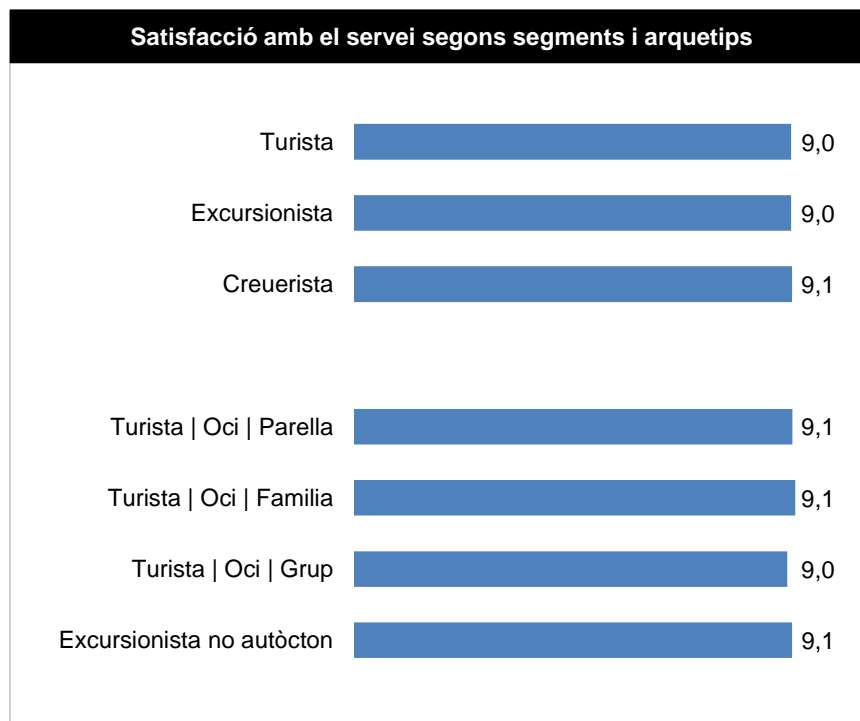
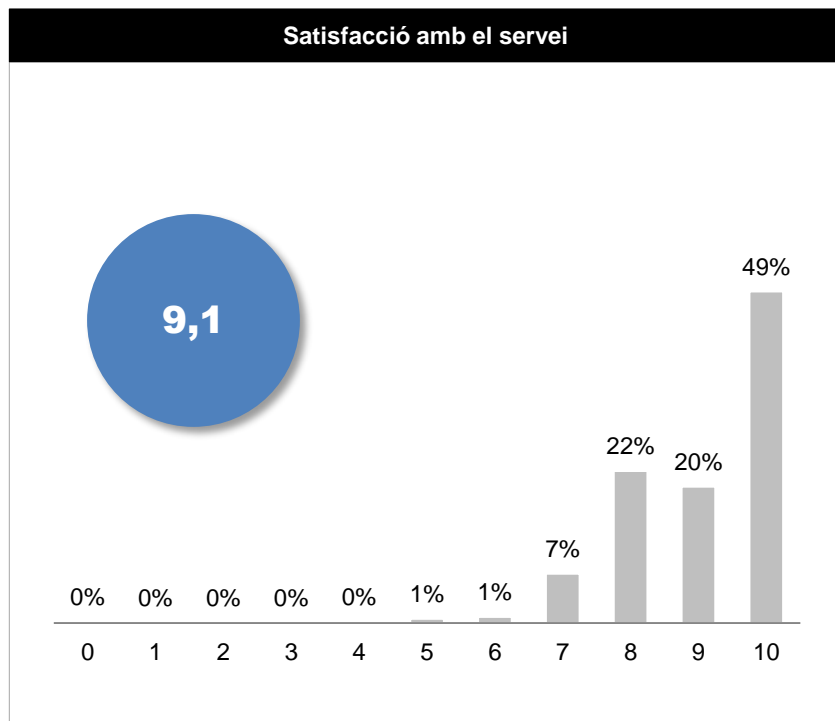
5.2 La recomanació del servei | NPS

5.3 Els valors de marca

5.4 Comparativa amb edicions anteriors

5.1 La satisfacció amb el servei

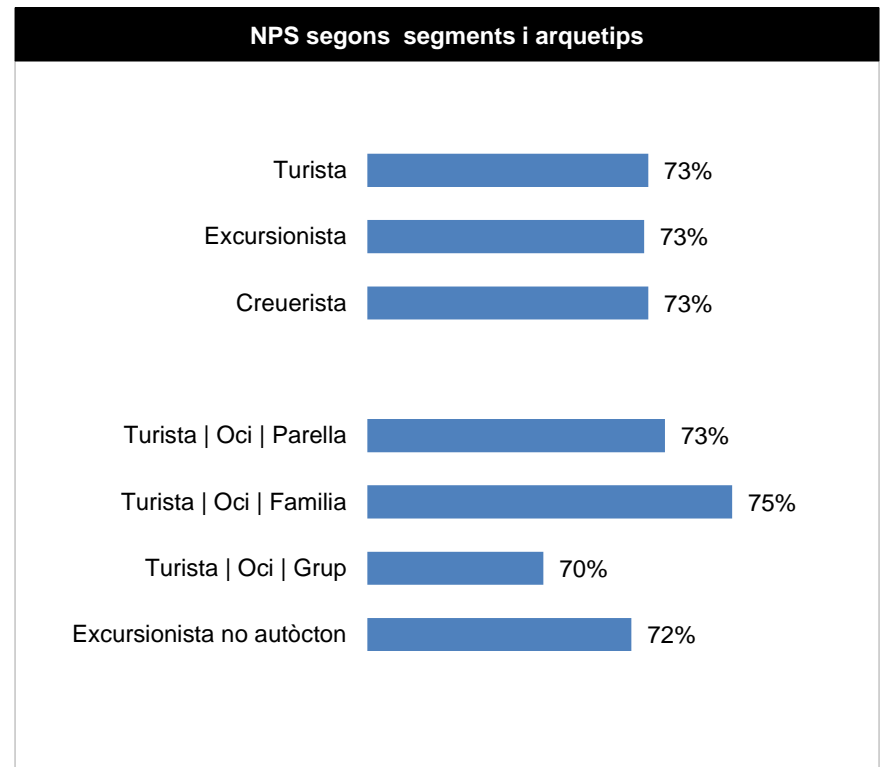
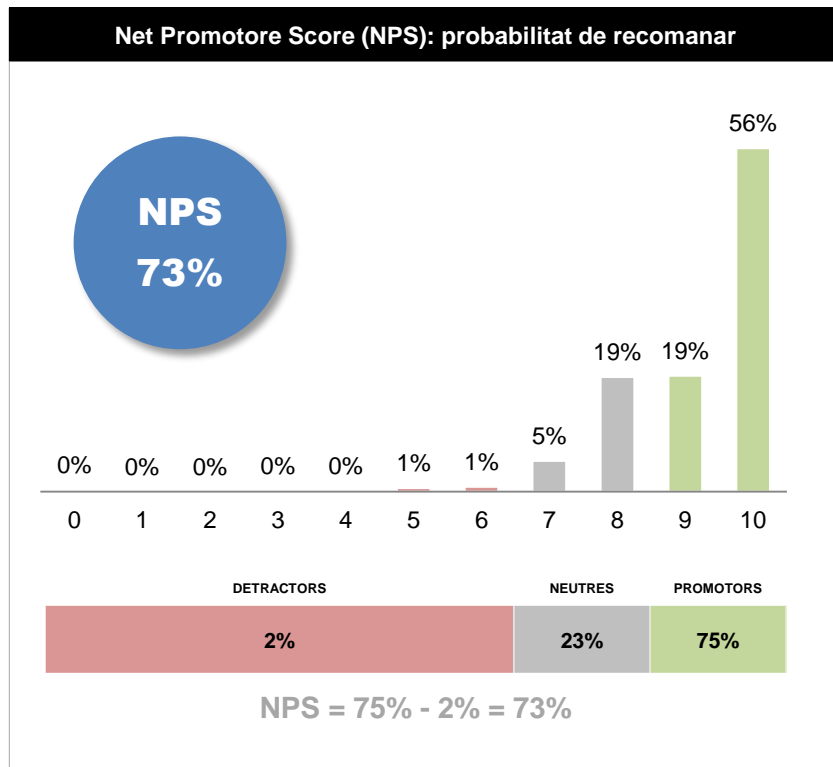
La puntuació del Barcelona Bus Turístic és molt elevada, assolint una nota mitjana de 9,1 en una escala del 0 (gens satisfet) al 10 (plenament satisfet). Més del 90% dels visitants li atorguen notes d'entre 8 i 10 punts. Tots els segments i els arquetips considerats presenten satisfaccions molt elevades amb el servei.



Base: Visitants que usen el Barcelona Bus Turístic

5.2 La recomanació del servei | NPS

El *Net Promotore Score (NPS)* assolix valors molt elevats: 73%. 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). Tots els segments i arquetips considerats presenten nivells de recomanació elevats, essent els més baixos els dels tipus *Turista | Oci | Grup*.



Base: Visitants que usen el Barcelona Bus Turístic

5.2 La recomanació del servei | NPS

Existeix una relació entre *Recomanació | NPS – Esforços Relatius – Satisfacció*. A la taula i gràfic següents es pot observar la importància que tenen els moments *Comprar títol, Resoldre dubtes amb el personal i Entendre i usar el servei*.

Variable	Categories	Classificació segons Recomanació NPS		
		DETRACTORS	NEUTRES	PROMOTORS
ESFORÇOS RELATIUS	Cercar informació	-41%	-17%	0%
	Comprar el títol	-18%	4%	8%
	Trobar les parades	-31%	-18%	0%
	Temps d'espera vehicles	-26%	-6%	2%
	Resoldre dubtes amb el personal	-156%	-7%	9%
	Entendre i usar el servei	-32%	-3%	5%
SATISFACCIÓ	<i>Valor promig del grup</i>	5,7	7,8	9,5

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



Base: Visitants que usen el Barcelona Bus Turístic

5.2 La recomanació del servei | NPS

S'ha sol·licitat als *Detractors* que especifiquin per quins motius no recomanarien el servei del Barcelona Bus Turístics. Entre els motius més citats destaquen *el mal funcionament de les audioguies, la calor i la falta d'informació més detallada*.

"Porque el guía no hablaba alto entonces no escuchaban"

"Por qué es caro y auriculares deficientes"

"Algunos guías son poco amables"

"Porque solo tiene una dirección"

"No amables los trabajadores no sonrien"

"N9 le gusto por el calor y bla audioguia"

"Por qué no indican bien donde se encuentra cada parada y les ha hecho perder bastante tiempo"

"Personal guide better. Same as going by ordinary bus"

"No me gusta ir arriba le gustaría dedicar ella"

"Mala orgorganizacion"

"Expensive."

"La información puede ser mejor"

"Too hot. Bus passes the monuments too fast, no time to see them"

"No le gusto mucho"

"Le parece estas caro"

"No a.a. y poca cortesía"

"Por la mala experiencia comentada anteriormente"

"Se acerca poco a los sitios turísticos"

"Mucho calor 6vsol arriba, y las 8ndicaciones no son precisas, audioguiss"

"En este preciso instante por la manifestación"

"No le gusto porque no íbamos los cascos bien ninla wifi le dejo usar y lemfosto identificar ñasmparadas"

"Audio más no información expenave"

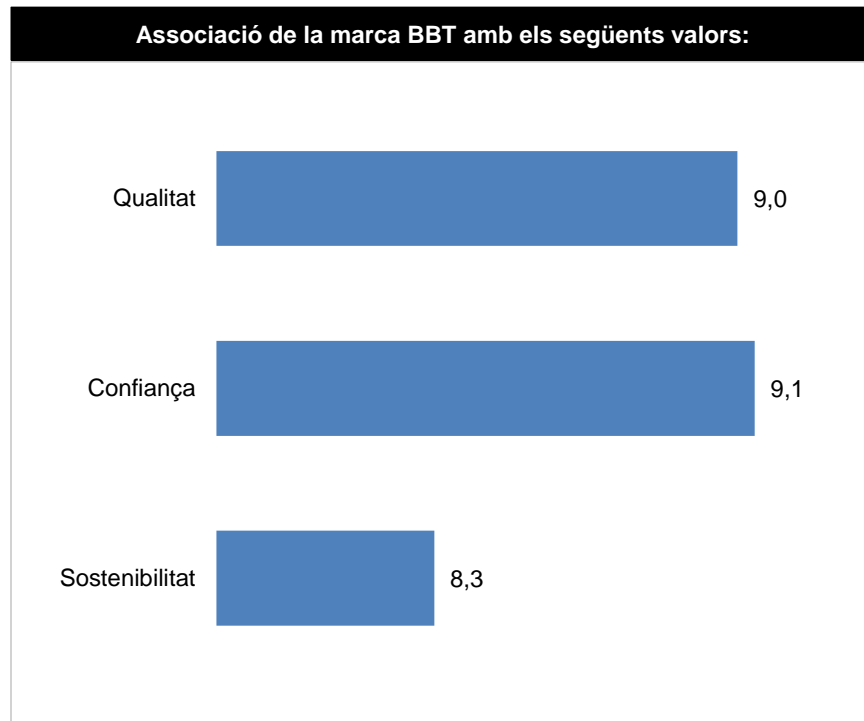
"Dont know"

"Buena frecuencia pero audioguia regular"



5.3 Els valors de la marca

S'ha demanat als visitants que associïn els valors de *Qualitat*, *Confiança* i *Sostenibilitat* amb la marca Barcelona Bus Turístic. Les puntuacions obtingudes en els 3 casos són molt elevades (veure gràfic següent).



Base: Visitants que usen el Barcelona Bus Turístic

5.4 Comparativa amb edicions anteriors

		Edició 2018	Edició 2019	Edició 2022	Edició 2023	Edició 2024
Percepció global	Satisfacció amb el servei	8,6	8,9	8,8	9,0	9,1
	Recomanació del servei: NPS	65%	72%	67%	72%	73%
Valors de marca	Qualitat	8,6	8,9	8,9	9,0	9,0
	Confiança	8,6	8,9	8,9	9,0	9,0
	Sostenibilitat	7,9	8,3	8,1	8,5	8,3

- L'índex NPS augmenta 1 punts percentuals del 72% al 73%.
- Augmenta la satisfacció de 9,0 punts a 9,1 punts.

6

Idees principals

Pel que fa al perfil del client ...

1. El 96% dels clients del Barcelona Bus Turístic són *visitants*.
2. Entre els visitants el pes dels *creueristes i excursionistes* és del 15% i del 10%. D'aquesta manera, el 71% dels clients del Barcelona Bus Turístic són *turistes* (visitants que s'allotgen a la ciutat de Barcelona).

Proporcionalment, la xifra de *creueristes* resulta remarcable.

3. Els trets bàsics del *turista* que fa servir el servei del Barcelona Bus Turístic són:
 - Edat mitjana 45 anys.
 - Estranger.
 - Visita la ciutat per oci.
 - Arriba a la ciutat en avió.
 - S'allotja principalment en hotels.
 - Pernoctació mitjana de 4 nits.
4. Els arquetips establerts pel departament CEX representen el 74% dels clients del Barcelona Bus Turístic:
 - Turista viatja en parella per oci (18% dels clients totals).
 - Turista viatja en família per oci (20%)
 - Turista viatja en grup per oci (27%)
 - Excursionista no autòcton (9%)

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

5. Preparo el meu viatge

- Un 57% cerquen informació.
- La cerca es fa principalment abans d'arribar a Barcelona.
- El principal canal de cerca d'informació és Internet.

6. Compro el meu bitllet

- Els principals punts de venda són les Oficines de Turisme (29%), el propi autobús (22%) i per Internet (31%).
- 8 de cada 10 compren el bitllet de 24 hores.

7. Vaig a la parada

- Un 96% dels visitants considera que les parades són fàcils de reconèixer i estan ben senyalitzades.

8. Realitzo el viatge

- Només un 13% s'ha hagut de posar en contacte amb els personal per resoldre dubtes o problemes.
- El 90% ha utilitzat les audioguies amb un NPS del 54%.
- Un 15% ha fet ús del wifi amb un NPS del 29%.

Pel que fa als esforços ...

9. S'han analitzat els esforços que suposen determinades interaccions i s'ha pogut observar que la més costosa és *Resoldre dubtes amb el personal*.
10. Una anàlisi dels *verbatimims* ens permet conèixer per què alguns consideren que suposa bastant o molt esforç:
 - Cercar informació: Falta d'informació general de parades i horaris. Informació confusa i no clara.
 - Compra títol de transport: Problemes amb la tarjeta. La Web/App no funciona bé. Trigava en arribar confirmació.
 - Trobar les parades : Informació-ubicació confusa i difícil d'ubicar-se, mal senyalització.
Web/App no funciona bé.
Referències al mapa, mala indicació o falta mapa.
 - Temps d'espera: Massa temps d'espera i massa calor
Molta gent/cues.
 - Resoldre dubtes personal: No amabilitat i no saben resoldre els dubtes. No parlen altres idiomes.
 - Entendre i usar el servei: Confús, no està clar. A vegades no deixen entrar al autobús

Pel que fa a la valoració del servei ...

12. La satisfacció amb el servei és molt elevada (9,1 en una escala del 0-10).
13. La probabilitat de recomanar-lo també és alta, assolint un valor NPS del 73%.
14. La millora de les següents interaccions és la que pot augmentar més la probabilitat de recomanació:
 - Resoldre dubtes amb el personal.
 - Cercar informació.
 - Entendre i usar el servei.
 - Trobar les parades.
 - Temps d'espera dels vehicles.