

**Programa de capacitación técnica online:**

## **Marketing y Comunicación para el Transporte Público en contexto de COVID-19**

### **Cuándo**

Desde el 8 al 11 de junio de 2020.

### **Dónde**

Sesiones online a través de plataforma de *streaming* privado.

### **Objetivos**

- a) Definir al cliente del transporte público, sus necesidades y aspectos que determinan su satisfacción al hacer uso de los sistemas.
- b) Establecer hoja de ruta para gestionar una crisis de impacto mundial en nuestras organizaciones.
- c) Entender el antes y después de nuestra marca luego de desatada la pandemia por COVID-19.
- d) Aprender cómo gestionar nuestras redes sociales durante la crisis, y una vez superada ésta.
- e) Ahondar en estrategias para lidiar con los desafíos financieros que viven nuestras organizaciones hoy, y que se prolongarán aún superada la crisis sanitaria.
- f) Revisar casos prácticos de comunicación de aspectos de la pandemia en el mundo.
- g) Implementar el análisis de datos en la planificación de la operación durante la coyuntura.
- h) Comprender cómo usar el Big Data e Inteligencia Artificial durante una crisis como la pandemia.
- i) Montar una estrategia de comunicación y marketing post COVID-19.

### **Público objetivo**

Profesionales y tomadores de decisión de departamentos de Ventas, Marketing, Comunicación, Desarrollo de Negocios y Planificación de Estrategia Corporativa, pertenecientes a gobiernos, autoridades de transporte, operadores metroferroviarios y empresas proveedoras asociadas a ALAMYS.

## Metodología

- a) Sesiones online interactivas, lideradas por capacitadores y capacitadoras internacionales de amplia experiencia, que recorrerán los contenidos a partir de las mejores prácticas detectadas desde distintos enfoques culturales y puntos de vista.
- b) Taller final en el que se podrá aplicar, en un caso concreto, los principios y herramientas principales aprendidos.

## Programa\*

### Día 1

#### 10:00 Bienvenida e Introducción al curso

#### 10:15 Sesión 1A: Atención al cliente en Transporte Público

- Entender las necesidades del cliente.
- Definir grupos de comportamiento.
- Construir un viaje para el cliente.
- Desarrollar una promesa y cultura de cliente.
- Lograr y administrar la satisfacción del cliente.

#### 10:45 Sesión 1B: Comunicación a través de las fases de pandemia durante la crisis COVID19

- Durante la crisis:
  - Conocimiento de la situación, reglas de comportamiento.
  - Transparencia y tranquilidad.
- Después de la crisis:
  - Medidas intermedias y peticiones de entendimiento.
  - Reglas claras y llamado a cumplir y cooperar.
  - Tranquilidad y ganar nuevamente la confianza.
  - Objetivos estratégicos y crecimiento.

#### 11:30 Break

#### 12:00 Sesión 2: Marca vs Covid

- Definición de Marca hoy en día.
- Marca: antes y después de Covid-19.
- El proceso de auditoría de marca.
- Posicionamiento de la marca: desde el cliente objetivo a promesa de marca.
- Visión de marca y mapa: cómo llegar ahí.
- Marketing y ejecución de plan para cada fase de Covid-19.

#### 13:30 Fin del día 1

## Día 2

### 10:00 Sesión 3A: Rol de las redes sociales en el Transporte Público

- Construir una estrategia de comunicación.
- Administración de reputación y priorización de los mensajes.
- Transición hacia la comunicación digital y Apps móviles.
- Estrategias para redes sociales y campañas online.
- Oportunidades con explotación de información.

### 10:30 Sesión 3B: Redes sociales durante la crisis COVID

- Información actualizada sobre restricciones y precauciones.
- Línea directa con los pasajeros si surgen dudas.
- Trabajadores = héroes que mantienen ciudades movilizadas.
- Mensajes especiales sobre Covid19.

### 11:00 Sesión 3C: Uso de las Redes Sociales después de la normalización

- ¿Tienes un mensaje claro para tus pasajeros?
- Incentivar el transporte público.
- Mantener a pasajeros actualizados sobre acontecimientos.

### 11:30 Break

### 12:00 Sesión 4A: Precios, administración de tarifas y de ingresos

- Regulación y ajuste de tarifas.
- Política de tarifas: Estructura de tarifa, rango del producto, niveles de tarifa, medio de pago.
- Avances en las tecnologías de recolección de la tarifa y oportunidades para un nuevo tipo de productos de boletería.
- Importancia de los ingresos no-tarifarios para proveer sustentabilidad en el negocio del transporte público.

### 12:45 Sesión 4B: Estrategia de precios y administración de ingresos durante la pandemia

- ¿Necesita un nuevo precio durante la pandemia?
- El impacto económico de la situación actual en los operadores de transporte público.
- Pasos que se podrían considerar para lidiar con los desafíos financieros actuales.
- Reflexiones sobre el impacto a largo plazo al patrocinar y financiar el transporte público.
- Apoyo continuo de las autoridades para salir de la crisis.

### 13:30 Fin del día 2

### **Día 3**

**10:00 Sesión 5A: Caso práctico - Cómo comunicamos sobre COVID en la ciudad de Shenzhen**

**10:45 Sesión 5B: Caso práctico – Cómo implementamos el análisis de datos en la planificación de operación**

**11:30 Break**

**12:00 Sesión 6A: Big data, IA y cómo usarlo durante una crisis como la pandemia**

- Principios de Análisis Big data y IoT.
- Usar herramientas de Inteligencia Artificial para optimizar las operaciones durante la pandemia.
- Proveer apoyo para montar y manejar las herramientas IA.
- Automatizar los procesos que sean posibles (control de acceso, etc.).
- Monitorear la ciber-seguridad del montaje del sistema “modo-crisis” y usar IA para predecir.
- Administración de operaciones.
- Administración de la experiencia del cliente.

**13:30 Final del día 3**

### **Día 4**

**10:00 Sesión 7: Taller – Montar una estrategia de marketing y comunicación post-COVID19**

**11:30 Fin del Programa del curso online.**

*\*UITP se reserva el derecho de hacer cambios en el programa o a cualquier actividad relaciones bajo su propia discreción.*

#### **Tarifa**

Gratuita para socios y socias de ALAMYS.



### **Inscripciones**

Cada entidad asociada a ALAMYS tendrá la posibilidad de registrar a un máximo de dos personas, garantizando la participación de una (quien primero se apunte). Sólo se aceptarán inscripciones completando el formulario dispuesto en el sitio del evento, en [www.alamys.org](http://www.alamys.org), hasta el **25 de mayo**.

Ocurrida esa fecha, y si es que quedasen cupos disponibles al no haberse registrado todas las organizaciones afiliadas a ALAMYS con un o una representante, éstos se repartirán entre los miembros que hayan anotado al segundo inscrito o inscrita. **El proceso completo de inscripciones cerrará el 4 de junio**.

### **Idioma**

Español e inglés (sin traducción simultánea disponible).

### **Más informaciones:**

[secretaria@alamys.org](mailto:secretaria@alamys.org)

### **Capacita:**

UITP

### **Organiza:**

ALAMYS