

# Zkušenosti cestujících – hloubková analýza sociálních médií

## Cíl studie

Strategie koncernu Transdev se výrazně zaměřuje na potřeby a zkušenosti cestujících. Abychom dokázali hlouběji pochopit každodenní realitu cestujících, rozhodli jsme se vytvořit originální proces získávání zpětné vazby ze sociálních sítí, který analyzuje zejména „slabé signály“. Následně jsme údaje shromážděné v jednotlivých regionech mezi sebou vzájemně porovnávali, abychom zjistili, které problémy jsou společné všem regionům a které problémy jsou pro daný region specifické.

## Metodika studie

Koncern Transdev zahájil iniciativu monitorování sociálních médií pomocí programu shromažďujícího data pro analýzu sociálních sítí. Ten byl nakonfigurován tak, aby sledoval klíčová slova a témata, která vyjadřují zákaznickou zkušenost člověka cestujícího dopravním prostředkem koncernu Transdev. V období od 29. srpna do 28. září 2018 byly ve vybraných regionech analyzovány veřejné příspěvky na sociálních sítích Facebook, Twitter a Instagram. Během tří fází studie bylo shromážděno a analyzováno 36 000 příspěvků pokrývajících hlavní provozní regiony koncernu: území Francie, Velké Británie, Německa, Nizozemska, USA a Austrálie.

## Hlavní poznatky

Studie přinesla tyto hlavní poznatky:

Nejsilnější signály na sociálních sítích se týkají základních potřeb cestujících – dodržení jízdního řádu, bezpečnosti, výše jízdného a komfortu cesty – což svědčí o tom, že **nadále existuje velký prostor pro zlepšování zákaznické zkušenosti.**

**Mobilita je samozřejmě součástí každodenního života.** Je to rutinní postup, v jehož plánování a organizaci jsou lidé čím dále zběhlejší ve snaze „optimalizovat“ svou cestu při dojíždění. Dojíždějící se také stali **odborníky dokonale obeznámenými se svou každodenní cestou**, kteří pozorně sledují každý, i sebemenší provozní problém nebo technickou závadu a služby zákazníkům hodnotí kriticky. V otázkách mobility je třeba tyto cestující považovat za informované publikum.

Prostor pro sdílení: kombinace napětí a spolupráce. S rostoucí hustotou a spletností městských oblastí si někteří obyvatelé vzali za svůj úkol **prosazovat konkrétní způsob cestování.** Tento jev je zvláště patrný u cyklistů, kteří jsou velmi aktivní a sdružují se na sociálních sítích do komunit. Vysoká míra zapojení některých uživatelů u nich vede k tomu, že se postupně stávají odborníky a účastní se dění ve skupinách. Společně vytvářejí příležitostné týmy, které se snaží přesně označit opakující se problém, nebo dokonce zajistit jeho řešení. Tyto skupiny přinášejí pozitivní impuls, který jim **umožňuje poskytovat konstruktivní kritiku a nabízet řešení problémů** dopravním podnikům.

Jakmile jsou splněny primární potřeby uživatelů v oblasti dodržení jízdního řádu, bezpečnosti, výše jízdného a komfortu cesty, mají sklon **vnímat cestu samu o sobě jako zážitek.**

Nástup nových způsobů dopravy ve veřejném prostoru **zvyšuje míru nadšení** a pomáhá nastolit téma mobility nového střihu, která je vnímána jako jev charakterizovaný prvky elektřiny, propojenosti a jednoduchosti použití.

Celkově se v různých regionech objevilo mnoho podobných rysů. Existují však také rozdíly, které jsou patrné zejména tam, kde se objevují **problémy ve vztazích** mezi cestujícími a dopravní společnostmi nebo mezi cestujícími vzájemně.