

Tibidabo, el Parque de la Felicidad

Rosa Ortiz Gimeno | Directora Ejecutiva |

Parque de atracciones Tibidabo

@parctibidabo

Ponencia presentada por:



Tibidabo – Un Parque singular



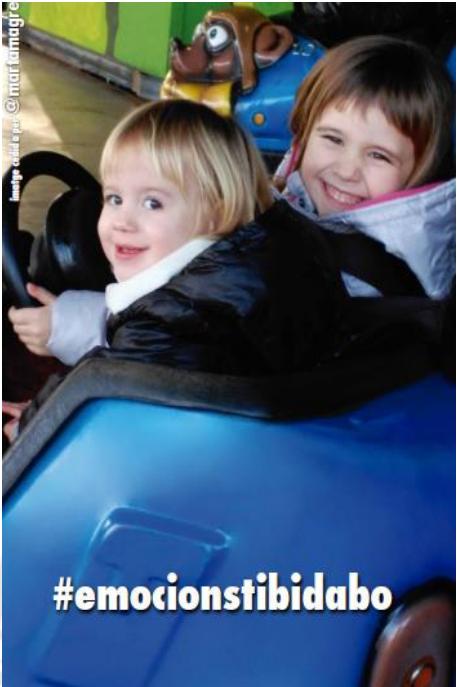
- ✓ Más de 100 años de historia
- ✓ Situación excepcional:
 - Vistas y naturaleza
- ✓ Atracciones alto valor histórico: Avión, Espejos, Autómatas... Innovación
- ✓ Parque público, propiedad de l'Ajuntament de Barcelona

VISIÓN: Ser el Parque de la Felicidad

MISIÓN: Hacer que todos lo que se relacionan con Tibidabo se sientan felices



Ejes estratégicos: EXPERIENCIAS – SOLIDARIDAD - EDUCACIÓN - SOSTENIBILIDAD

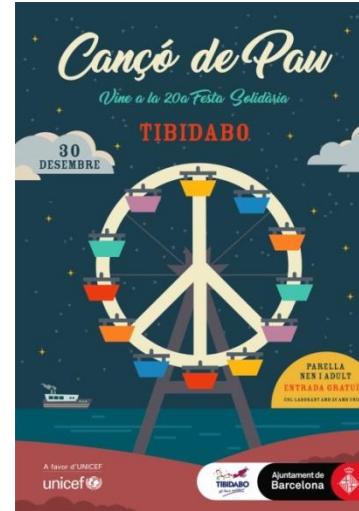


Solidaridad

El Parque de atracciones Tibidabo es un Parque comprometido socialmente, que se esfuerza en desarrollar proyectos e iniciativas sociales y en llevar a cabo iniciativas sociales y apoyar actos culturales y educativos.

Principales acciones:

- ✓ UNICEF: El Parque de los niños. Tibidabo tiene que convertirse en el Parque de la infancia, desenvolviendo una tarea de soporte y concienciación en colaboración con esta Fundación.
- ✓ Desarrollo de acciones solidarias con convenios con ONGs y entidades sin ánimo de lucro y fiestas solidarias como "L'Estiu sense Barreres" o la "Festa del Cor"
- ✓ Acción social: Tarifas familiares, como el pase Tibiclub, y ventajas para los colectivos en riesgo. Contratación de centros de Reserva Social.



Educación

El Tibidabo, Parque educador, será partícipe en la educación: actividades didácticas donde desarrollar y ampliar conocimientos a diferentes niveles y abiertos a todos.

Principales acciones:

- ✓ Nuevas actividades y espacios lúdicos/didácticos como el espacio LEGO o la Escuela de Movilidad Tibicity
- ✓ Consolidación de actividades didácticas: Ciencia y Tecnología, Fisidabo, etc....
- ✓ Oferta gastronómica: concepto de la "Fundació Alícia"

CREATIBI



Sostenibilidad y autosuficiencia

Implantar medidas dirigidas a conseguir un Parque medioambientalmente sostenible para, de este modo contribuir a la sostenibilidad global del ecosistema donde estamos integrados (Parque de Collserola).

Principales acciones:

- ✓ Aumentar la capacidad de autosuficiencia energética del Parque:
 - Uso de energías renovables: Mini eólica, geotérmica, solar.
 - Minimización i racionalización de consumos.
- ✓ Maximización de la recogida selectiva i minimización de los residuos generados.
- ✓ Potenciar el acceso al Parque en transporte público.



Experiencias

El Parque se convierte en generador de experiencias, trabajando en la mejora continua de sus servicios a los clientes, integrando a todos los agentes implicados en la gestión y asegurando la calidad y excelencia de todos los procedimientos.

Principales acciones:

Renovación i nuevas atracciones:

- ✓ Renovación i nuevas atracciones
- ✓ Intervenciones y reforma de atracciones existentes

Oferta Gastronómica:

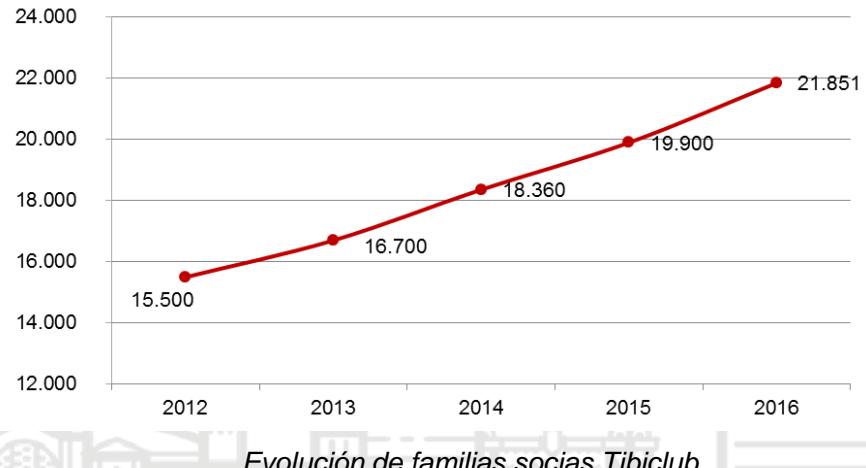
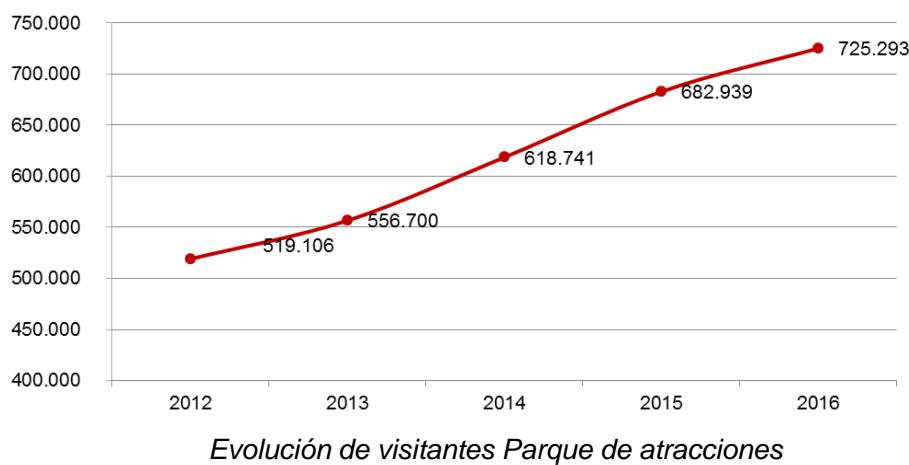
- ✓ Mejora de la oferta gastronómica para ser referentes de la alimentación saludable.

Excelencia en la gestión:

- ✓ Trabajar siguiendo el modelo EFQM de Excelencia en la gestión empresarial.



Tibidabo – Su evolución en cifras



Experiencia Empleado: Buenas prácticas

PROGRAMA DE PARTICIPACIÓN BSM CREA:

B:SM CREA
Llum verda a les teves idees

Intranet B:SM / Eina de Gestió de Millors

IDEES

IDEES IMPLANTADES

PREMIS

PROJECTES

Plànols de zones d'AREA
Tornar a tenir plànols de les diferents

Dum els perquimets
Quan l'aplicació no funcioni puguen treu

Nou full de suggeriments Zoo
Renovar/actualitzar l'actual full de suggeriments Zoo

PROPOSAR UNA IDEIA

VEURE IDEES

Idea implantada

Info BusTurístic / CityTour
Descripció: Informar als usuaris de Bus Turístic de l'ocupació del Park Güell amb antel-lació.
Ideant: Maria Montobbio (Park Güell)

B:SM CREA
Llum verda a les teves idees

Intranet B:SM / Eina de Gestió de Millors

IDEES

IDEES IMPLANTADES

PREMIS

PROJECTES

Buscant les mascotes

Tibidabo

4 10 10

Data d'inici: 04/04/2017 Data de fi: 03/06/2017

Ideants:
Márquez, M. Dolores

Descripció:
Mentre esperes l'ascensor ayudame a trobar mostres mascotes. Passa una estona entretinguda localitzant a TI BI DA BO. Imatge del projecte basada en un dibuix amb drets d'autor, s'hauria de disenyar amb un dibuix del parc amb clients, personal, atraccions,etc.

Què es pot aconseguir:
Mentre esperes l'ascensor entretenim als més petits i animem l'espai d'ascensors que aquesta molt gris i trist

Opinions

Ortiz, Rosa
Aquesta idea permet fer més divertida l'espera i a més potenciar les mascotes. Molt positiu.
16/05/2017 18:39:49

Muntanyola Badia, Silvia
Qué xulof! M'he recordat el tradicional 'Busca a Wally' però versió corporativa. Molt addient!
01/06/2017 23:11:22

Eges, Pilar
Sencillament m'encanta
20/04/2017 11:29:50

PUBLICAR

CANAL ESPECÍFICO PER FOMENTAR LA CREATIVIDAD Y LA INNOVACIÓN DE LAS PERSONAS

Más de 50% aceptadas

Más del 20% implantadas

Experiencia Empleado: Buenas prácticas

PROGRAMA DE MOTIVACIÓN MANAGERS



CANAL ESPECÍFICO PER FOMENTAR LA CREATIVIDAD I LA INNOVACIÓN DE LAS PERSONAS, ESPECIAL ENFOQUE AL MANDO INTERMEDIO

PROGRAMA MOTIVACIONAL IDENTITY



INTERCAMBIO DE PUESTOS DE TRABAJO DURANTE UNA JORNADA: EMPATÍA

Experiencia Empleado: Buenas prácticas

PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO “ERES UN SOL”



Ens agradaria que lliureu
aquest Sol a la persona
que us ha atès millor!
Ajuda'ns a millorar
TIBIDABO

RECONOCIMIENTO DIRECTO POR PARTE DEL CLIENTE DE LA MEJOR
EXPERIENCIA EMPLEADO DE LA JORNADA

Experiencia cliente: Escucha activa, clave para la mejora continua



Numerosos canales de comunicación con los clientes:
Buzón de sugerencias, encuestas de satisfacción, canales propios socios, focus group, redes sociales, dispositivos de medición...

82% de ellas implantadas

Experiencia cliente: Los niños son los protagonistas

OBJETIVO: DAR RESPUESTA A LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS MEDIANTE EL FEEDBACK DE LOS NIÑOS DE UNA FORMA INNOVADORA

#YOTAMBIEN OPINO

- ✓ Detectar oportunidades y expectativas de los niños
- ✓ **Conectar con los niños más allá de las atracciones** con recursos que permitan a los pequeños sentir que forman parte del Tibidabo.
- ✓ Identificar líneas de trabajo muy definidas



Indicadores > gestión de la expectativa

La expectativa antes de venir

La experiencia en el Tibidabo ha sido muy positiva para todos, los niños lo han pasado muy bien y el parque ha superado en general sus expectativas.

- En la mayoría de los casos, las expectativas de los niños antes de venir se relacionan con:
 - A nivel genérico: la cantidad de atracciones en las que podrán subir, **el volumen para ellos es importante y vienen para "subirse a muchas atracciones"**. En ese sentido el parque no les defrauda.
 - En concreto: su atracción más TOP (diferente en función de la edad): la Montaña Rusa o el Hotel krüger por ejemplo es lo que vienen buscando y lo que tienen más ganas de hacer.
- Para los padres que no habían venido ha sido también una sorpresa positiva, no esperaban pasarlo así de bien.

Irene
(7 años)

Ha dicho que era "el día más feliz de su vida"

Experiencia cliente: Socios del Parque

Estrategia de **vinculación emocional** con los **socios**:

- ✓ **Tibiclub** (22.000 familias, +85.000 personas)
- ✓ **Los socios son los primeros** en conocer y probar:
 - Novedades y atracciones del Parque
 - Actividades exclusivas
 - Talleres familiares
 - Descuentos especiales
 - Pruebas de nueva oferta



**Participación, implicación y respuesta muy
Elevada en todas las acciones del Parque.**

Gran vinculación emocional



Experiencia cliente: Alto nivel de Engagement

Estrategia de interacción y vinculación a través de **redes sociales del Parque**

CASO DE ÉXITO: Campaña inicio 2016: **Los clientes han participado** activamente con sus imágenes de **vivencias reales** del Parque, consiguiendo un **gran vínculo emocional** con el Parque.



Valoración cliente: Satisfacción

Se ha conseguido el máximo histórico en la valoración global de los clientes del Parque en las Encuestas que se hacen a los clientes a lo largo del año:

Satisfacción 2016: 8 +0,4 respecto año anterior

També se han visto superadas las expectativas de los clientes:

Satisfacción esperada: 7,9

Satisfacción recibida: 8

Además, la valoración más positiva de nuestros clientes ha estado la atención cliente recibida por los trabajadores del Parque

Satisfacción de la atención al cliente trabajadores: 8,6 +0,2 respecto año anterior







Muchas gracias!

