

## Mom 4.0: a Treviso il trasporto pubblico è sempre più smart



La rivoluzione 4.0, intesa come digitalizzazione e innovazione di servizi e processi, è il più grande cambiamento che le imprese stanno attualmente affrontando. **Mobilità di Marca Spa**, azienda dei trasporti della provincia di Treviso, nel guardare all'ultimo anno, segna un bilancio più che positivo nel

“Il 2018 – spiega il Presidente MOM, Giacomo Colladon - ha segnato una svolta nell’ambito dei servizi per la Clientela, in particolare sul fronte degli

acquisti digitali: quasi 200 mila quelli effettuati nel 2018, 543 ogni giorno, più di 22 ogni ora, segnando un +60% sul fronte degli incassi da canali on line. Avere “a portata di mano” i servizi di trasporto pubblico ne innalza la qualità e, siamo certi, potrà avvicinare nuovi utenti alla mobilità collettiva”.

**MOMUP, la nuova App brandizzata MOM** piace agli utenti del trasporto pubblico, registrando oltre 26mila download nel corso dell’ultimo anno. Utile per le informazioni su linee, orari e fermate, l’App è anche strumento apprezzato per l’acquisto da mobile dei biglietti e il rinnovo abbonamenti. Nel 2018, si è raggiunta quota 27.600 transazioni. A MOMUP si aggiungono altri applicativi cui MOM Spa ha scelto di aderire al fine di fornire alla Clientela un ventaglio di possibilità per l’acquisto smart: MyCicero, piattaforma nazionale (5.510 transazioni) e DaAaB (550 acquisti) ultima nata nel corso del 2018, vede l’adesione di alcuni tra i principali vettori del Veneto in ottica di biglietto unico regionale. In totale, tramite App per smartphone sono stati acquistati 33.600 titoli di viaggio (biglietti, carnet, abbonamenti), cui si aggiungono le 154.700 transazioni tramite SMS (sistema di acquisto che MOM ha introdotto nel 2013, prima tra le aziende di trasporto italiane).

Il vero boom, però, si è registrato con il sito [www.mobilitadimarca.it](http://www.mobilitadimarca.it): dal nuovo portale rinnovato è ora possibile sia il tesseramento e l’acquisto di un nuovo abbonamento, sia il rinnovo. La modalità on line riscuote gradimento, registrando oltre 5mila transazioni (+60%) relative tutte alla clientela abbonata. Quasi mille abbonati annuali hanno scelto l’acquisto on line, senza passare in biglietteria, con una crescita del +94%.

“Nel corso dei primi mesi del 2019 – afferma il direttore generale, Giampaolo Rossi – siamo pronti ad un nuovo passo avanti con la possibilità di pianificare il viaggio e acquistare qualsiasi tipologia di biglietto direttamente dal sito I biglietti compariranno direttamente sul proprio smartphone tramite MOMUP. Oppure è possibile caricare un credito nel proprio borsellino da cui scalare i biglietti/abbonamenti acquistati, un sistema facile anche per i genitori che possono così attivare una “ricarica trasporto” per i propri ragazzi direttamente sul loro telefonino”.

Le biglietterie virtuali sono andate moltiplicandosi nel corso dell’ultimo anno anche con l’inserimento della rete bancomat di Intesa San Paolo e la presenza del rinnovo abbonamento MOM tra i pagamenti

delle utenze: oltre 2mila le transazioni nel 2018 (+44%). Infine l'acquisto a bordo con carta di credito, introdotto sperimentalmente solo sui mezzi in servizio sulla Linea 6: il sistema di acquisto contact less è stato utilizzato da oltre 2.700 passeggeri.

Il digitale ha inoltre trasformato la comunicazione MOM rendendola in real time. Il nuovo sito completamente rivisto e in costante aggiornamento segna 1,3 milioni di accessi nel 2018 (+ 17%). L'azienda ha inoltre ampliato la propria presenza sui social media: oltre a Facebook, Twitter e YouTube, è nato anche il nuovo canale Telegram Servizio Clienti MOM. MOM è inoltre entrata nell'applicativo MOOVIT, la maggiore App mondiale dedicata al trasporto pubblico. Un protocollo per la comunicazione d'emergenza ha, infine, consentito di realizzare un'informazione immediata di alert (tramite sito, social, App e call center) in caso di variazioni dei servizi o situazioni di emergenza. Il banco di prova del maltempo con chiusura al transito del Ponte della Priula, tra ottobre e novembre, ha dimostrato tutta l'efficacia dei nuovi strumenti: tramite web e social, MOM ha raggiunto circa 100mila persone in pochi giorni consentendo un'informazione capillare su deviazioni, cambi di orario e servizi sostitutivi con treno.

---

[Home](#) | [Privacy Policy](#) | [Il widget di Trasporti-Italia](#)

Copyright © 2019 Trasporti-Italia, il portale italiano dei trasporti e della logistica. Tutti i diritti riservati. Testata giornalistica iscritta nel Registro della Stampa del Tribunale di Roma (n. 47 del 10 marzo 2014). Direttore Responsabile Claudia Montoneri. Edita da Officina Telematica, via Scirè 12, 00199 Roma - P.Iva 05174190651 Per l'invio di comunicati e la segnalazione di notizie: redazione[chiocciola]trasporti-italia.com. Per la pubblicità su Trasporti-Italia, la richiesta del mediakit o di preventivi: marketing[chiocciola]trasporti-italia.com