

**CAPÍTULO V****Diagnóstico de Medios Alternativos****5.1 Antecedentes de la Empresa**

La historia de Nextel en el mercado de las radiocomunicaciones en el país se consolida con la adquisición de la Corporación Mobilcom en 1996.

Este fue el primer paso que demostraba el interés del grupo por la industria. Una de las comercializadoras de Mobilcom es Tricom Network S.A de C.V. Tricom inició sus operaciones comerciales en la Ciudad de México en 1994. Desde entonces, encabezó el mercado nacional al ser el primer concesionario del país en ofrecer un sistema de radiocomunicación tipo móvil especializado en flotillas (trunking).

En muy poco tiempo se consolidó como la compañía más grande de México en esta área. Finalmente en 1998, la compañía se establece oficialmente con el nombre de Nextel de México S.A. de C.V.

**5.2 Misión, Visión y Objetivos de la Empresa**

La misión de Nextel es hacer que sus clientes logren el éxito mediante soluciones de valor agregado en servicios de telecomunicación para grupos móviles de trabajo.

La visión de la empresa es ser líder y de mayor prestigio en servicios de telecomunicaciones, que satisfagan las necesidades de sus clientes con personas involucradas y comprometidas.

Nextel tiene el claro objetivo de conservar su liderazgo en el servicio de trunking y ampliar sus servicios a otras áreas de la comunicación.

### **5.3 Situación**

La razón del plan de promoción es ayudar a la compañía Comunicaciones Nextel de México S.A de CV a realizar una campaña dirigida a la economía informal, evitando el uso de medios masivos de comunicación a modo de no contaminar la imagen de la marca, es decir, que siga siendo percibida tal y como actualmente lo es. Como se mostró anteriormente, la gran mayoría de los clientes de Nextel encuestados, no se sienten identificados con su publicidad, situación que resulta obvia considerando que esta va dirigida principalmente a empresarios y gente de negocios, no a la economía informal. Por lo que se recomienda realizar una campaña utilizando medios alternativos a modo de lograr esta identificación sin afectar la imagen de la marca.

Después de haber analizado a la competencia, se detectó que la mayoría de esta se encuentra enfocada al uso de telefonía celular y deja en segundo término el trunking o simplemente no lo ofrece (Movistar), mismo que resulta ser la especialidad y prioridad de Nextel. Al analizar la actual situación de la empresa se llegó a la conclusión de que cuenta con fortalezas tales como brindar un servicio diferente (trunking) y cuyas tarifas resultan más económicas,

Dentro de las debilidades encontradas se encuentran la menor cobertura que esta brinda comparada con Telcel, líder en el sector y el hecho de sólo ofrecer este servicio por

medio de contrato, cosa que evita la adquisición del mismo por parte de ciertos segmentos de la población.

De acuerdo a la investigación realizada en este proyecto se determino que es viable la utilización de Medios alternativos de comunicación para la realización de este proyecto, a continuación se muestran algunas opciones que la compañía puede utilizar en la realización de este tipo de promoción.

#### **5.4 Análisis de medios alternativos para Comunicaciones Nextel de México S.A de C.V**

Los siguientes son medios alternativos de comunicación que pueden servir para la empresa comunicaciones Nextel de México S.A de C.V

##### **CARABANAS DE HUMMER**

**Descripción:** Captar la atención de Automovilistas, asignando rutas de acuerdo a las necesidades de la campaña enfocándose a un cierto grupo objetivo.

**Ubicación:** Principales avenidas, o puntos estratégicos a elección del cliente, en este caso en calles aledañas a la UDLA-P

**Perfil:** Captar la atención de Automovilistas, asignando rutas de acuerdo a las necesidades de la campaña enfocándose a un cierto grupo objetivo.

**Tarifa:** Caravana dos unidades: \$260'000 mensuales \*Incluye producción e instalación del arte

**Anunciantes que Actualmente lo utilizan:** Holanda, Telcel

**Ventajas:**

- ❖ Producto innovador
  
- ❖ Se puede llevar un equipo abordo para actividades de promoción
  
- ❖ General
  
- ❖ Segmentación

**Recomendación:**

De acuerdo a la encuesta realizada anteriormente se indica que un 10% de los participantes indican haber visto publicidad en camiones, siendo esta la tercera respuesta luego de internet y carteles. Por lo que se aconseja el uso de camionetas Hummer a fin de lograr llamar aun más la atención de los clientes. Como se muestra con anterioridad, este tipo de publicidad permite segmentar perfectamente, permite llevar un equipo abordo que puede realizar diversas actividades de promoción

**MARCOS Y PANTALLAS EN SANITARIOS Y RESTAURANTES**

**Descripción:** Marcos y pantallas que se localizan en los tocadores de hombres y mujeres en alrededor de 200 restaurantes, bares, discotecas y cafeterías del área metropolitana

**Ubicación:** Restaurantes

**Disponibilidad:** Marcos Tamaño Standard, Marcos tamaño jumbo, Pantallas

**Tarifa:** Marcos Tamaño Standard \$700, Marcos tamaño jumbo \$1,350, Pantallas \$3,000.

**Anunciantes que Actualmente lo utilizan:** HSBC, Unilever, Cuervo, Camel, Laboratorios Pzifer, Kimberly Clark, Ponds

**Ventajas:**

- ❖ La marca se encuentra en exclusiva dentro del cuadro
  
- ❖ Se puede segmentar en base al objetivo de Nextel
  
- ❖ Segmentación
  
- ❖ Se puede incrementar la frecuencia

**Recomendación:**

A pesar de haber sido mencionado pocas veces, anteriormente se comentó lo poco explotado que se considera este medio en nuestro país. Se considera factible la utilización del mismo debido a lo fácil que resulta la segmentación y lo económico de su costo.

**AVANTGO**

**Descripción:** Software que se instala en Palms y celulares inteligentes. El usuario recibe una página splash al entrar a AvantGo, al darle click al splash llega a la página jump donde se le pide su información para que reciba todo lo que el usuario requiera además de recibir un e-mail con más información y links al sitio web de Nextel

**Ubicación:** Todo el país

**Disponibilidad:** Banners

**Tarifa:** \$150,000 en homepage, \$30,000 en algún canal

**Anunciantes que Actualmente lo utilizan:** Nextel (Estados Unidos), Banamex, Fiesta Americana, General Motors, Microsoft, Telecom

**Ventajas:**

- ❖ Permite una muy buena segmentación
  
- ❖ Dentro de los celulares compatibles se encuentran modelos motorola
  
- ❖ Es un medio innovador