

# En Comunicación

Ernesto Herrera López

## ■ Mercadotecnia bancaria

*"La conversación hace al hombre ágil; el escribir, preciso y la lectura, completo";  
Sir Francis Bacon*

Muy competido está el mercado bancario y específicamente la categoría referente a nómina.

En estos tiempos difíciles con recesión oficial en Estados Unidos, lo importante es decirle al consumidor que las marcas están cerca de él y que lo entienden; tal es el caso de la nueva campaña Nómina Banorte desarrollada por Carla Juan, directora general de Mercadotecnia de Grupo Financiero Banorte, donde Fernando López es director de nómina.

Tuvimos la oportunidad de charlar con ambos para conocer la campaña que hoy sale al aire; Carla nos comentó: "La nómina es un tema muy competitivo y muchas veces los beneficios son complicados para el nómina-habiente, por ello pensamos en una promoción cuyos beneficios sean tangibles y fáciles de entender, para demostrar que Banorte conoce al mexicano, sobre todo en esta época queremos premiar la lealtad de las personas"; y como parte de esta campaña, se sorteará diariamente un premio consistente en un año de sueldo, durante lo que queda de 2008 y todo 2009. Además, dijo, "se sorteará diario un premio de un mes de sueldo". El premio es en automático sobre la cantidad que el empleado percibe y se pagará de manera mensual.

Fernando comentó: "En estos tiempos en que ya opera la portabilidad, ofrecemos un esquema amigable para la empresa, la cual se beneficia de la promoción porque sabe que su elección además de responder a su necesidad, ofreciéndole a sus empleados préstamos, servicios exclusivos, segu-

ros, etcétera, les da un valor agregado. La campaña está enfocada a la clase media y además de medios masivos tradicionales como TV, Impresos y Radio, utilizará autobuses, paradas de autobuses, sitios de taxis, puestos de flores, cumpliendo así las tres grandes estrategias: captación con ahorro y viajes; tarjetas de crédito —premiando al cliente cumplido— y nómina con lealtad.

## México En Comunicación

Nuestro buen amigo José Pablo Coello, con quien tuvimos el gusto de coincidir en

Stereorey (Ah! qué tiempos aquéllos) y con quien tenemos relaciones comerciales con **Radio Fórmula**, acaba de ser nombrado por Jaime Azcárraga Romandía, director general de ese grupo, como VP de Fórmula Digital y Comercial, esto a raíz del acuerdo que establecieron con Havas Media, a efecto de convertir a Fórmula Digital en la más completa plataforma de servicios digitales en México. José Pablo es además un excelente cronista de fútbol americano y beisbol en Fox.

Martín Aceves, director general de Mediaagency Interactive, nos platicó que recientemente se realizó en Morelia el Seminario Green Meetings Strategies México 2008, cuya organización hizo Evertia. Éste fue uno de los primeros actos verdes vinculados a la mercadotecnia que se realizan en México, para el cual se adoptaron las mejores prácticas mundiales de organización de Green Meetings Industry Council.

Entre los conferencistas estuvieron Tamar Kennedy-Hill, directora general de Green Meeting, quien presentó estándares y métricas para la organización de eventos; Martín Aceves se refirió a la utilización de diversos mecanismos digitales y tecnologías para crear estrategias que



Fecha <b>02.12.2008</b>	Sección <b>Negocios</b>	Página <b>24</b>
----------------------------	----------------------------	---------------------

puedan generar comunicaciones en beneficio de este tipo de hechos, ayudando a crear una mayor conciencia sobre su impacto en la ecología.

### **Agenda En Comunicación**

Mañana inicia Mercadotecnia en Tiempos de Crisis, que organiza Kátedra con ponentes de primer nivel. Informes en [www.katedranet.com](http://www.katedranet.com)... Jueves, comida de BBDO, agencia que encabeza Carlos Vaca; viernes, Porsche Club México, que preside Manuel Robles Gil, espera a sus asociados en el Club Mundet; jueves de la próxima semana, Ralph Wilson, empresa de laminado plástico que comanda Sergio Burunat Zubikarai, agasaja a su plantilla de colaboradores; sábado 13, Quest Diagnostics, el laboratorio líder en análisis clínicos que dirige el ingeniero Félix Valverde y donde destaca la labor del director comercial José Manuel Castrejón, echará la casa por la ventana para sus colaboradores; viernes 19, Vyasa, empresa que comanda Alejandro Villagrán y que edita el directorio de medios, hará lo propio con su plantilla laboral. ☒

[hlocom@prodigy.net.mx](mailto:hlocom@prodigy.net.mx)