

Mercedes-Benz Autobuses

comparte cadena de valores con universitarios

Los alumnos de la maestría en Administración con Enfoque al Autotransporte de Pasajeros de la UNAM, asistieron a una ponencia dictada por la Lic. Erika Williams, Gerente de Mercadotecnia de Mercedes-Benz Autobuses, durante la cual afirmó: "El éxito de toda campaña obedece al trabajo que se hace con pasión en conjunto con los departamentos de mercadotecnia, comercialización, ventas y relaciones públicas".

La Lic. Williams comentó que su esmerado trabajo en equipo les mereció una mención honorífica en "Best Traditional B2B Campaign"/ Ragan's PR Daily Awards 2014, en la que participaron 350 campañas de todo el mundo. Lo anterior como resultado de las acciones de relaciones públicas a través de las cuales se comunicaron los proyectos de inversión, lanzamientos, entregas de unidades y alianzas estratégicas de Mercedes-Benz.

Asimismo la Lic. Williams manifestó que la estrategia en las acciones ha sido clave para fortalecer a la marca, como por ejemplo la entrega de

unidades al Gobierno del Distrito Federal para cubrir las rutas de Chapultepec-Palmas y Tacubaya-La Valenciana. De igual manera, las alianzas comerciales que se establecieron con dos de los equipos más emblemáticos del fútbol mexicano: el Club América y las Chivas del Guadalajara, sin dejar de lado la acción social que apoya a diferentes CRITS del Teletón con autobuses de la marca, así como el acuerdo que se tiene como Transportation Partner de Joyà, de Cirque du Soleil en México, a través de Grupo Vidanta en la Riviera Maya.

Mercedes-Benz Autobuses

obtuvo mención honorífica en:

"Best Traditional B2B Campaign"/ Ragan's PR Daily Awards 2014

Se realizaron varios banderazos de salida de unidades pertenecientes a diversos clientes como: de Distribuidora Zapata, Grupo Estrella Blanca, Transporte Naciones, Línea Agua Caliente, Grupo Transpaís, Transportes Edyen, Autotransportes Monte de las Cruces y Transportes Diamantes.

La ponencia también hizo hincapié en las actividades, como el festejo de los 20 años de la planta de la marca en México, donde se agradeció de manera muy

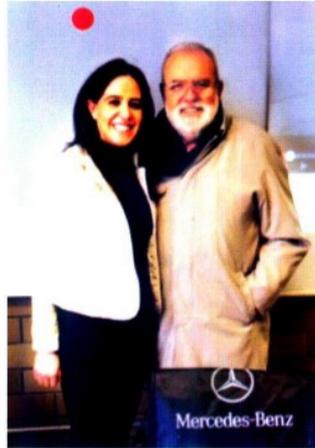
especial a los clientes; la participación en Expo Foro, donde la marca ganó el premio al mejor stand. Sobresalen también las participaciones de Mercedes-Benz en Conturmex, CTS-Embarq, inauguraciones de agencias y la presentación del chasis HDX CNG.

El evento contó con la presencia de más de 26 estudiantes, los cuales son altos ejecutivos de la industria del autotransporte, como: ADO, Flecha Amarilla, Estrella Blanca, Grupo IAMSA, Estrella Roja, Flecha Roja, Pullman de Morelos, entre otras empresas.

Esta maestría, que busca crear especialistas en la industria del transporte de pasajeros, fue creada por la Cámara Nacional del Autotransporte de Pasaje y Turismo A.C. (CANAPAT), en coordinación con la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la UNAM, instituciones que dedicaron más de cinco años a analizar las necesidades de los estudiantes interesados en el sector. Después de ese tiempo de preparación, en 2012 fue aceptada como maestría.



Fecha 24.02.2015	Sección Revista	Página 34
----------------------------	---------------------------	---------------------



Erika Williams,
Gerente de
Marketing
de Mercedes-Benz
Autobuses y el
LAEC Jesús Carlos
Varela Cota,
Coordinador
de la Facultad de
Contaduría y
Administración
de la UNAM.



Erika Williams, Jesús Carlos Varela y más de 26 estudiantes, los cuales son altos ejecutivos de empresas del autotransporte como ADO, Flecha Amarilla, Estrella Blanca, Grupo IAMSA, Estrella Roja, Flecha Roja y Pullman de Morelos, entre otros.