

Analisis pengaruh penggunaan Brand Nexcom pada positioning PT Nexcom Indonesia di industri radio trunking = Analysis of the effect of use of brand Nexcom to positioning PT Indonesia Nexcom in trunking radio industry

Sofian Hadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20333199&lokasi=lokal>

Abstrak

Brand Equity suatu merek dapat memberikan nilai bagi perusahaan yaitu sustainable competitive advantage yang menjadi benteng pertahanan yang kokoh bagi pesaing. Nilai-nilai dari elemen brand Equity juga menjadi dapat menjadi positioning di industri. Nexcom adalah brand yang sudah berpengalaman di industri radio trunking. Pada tahun 2011 PT Nexcom Indonesia menggunakan brand Nexcom yang sebelumnya digunakan oleh perusahaan lain yang memiliki core business yang sama, yaitu radio trunking. Diperlukan usaha luar biasa untuk mempertahankan dan meningkatkan ekuitas dari merek yang sudah dikenal dan menjadi tantangan bagi PT Nexcom Indonesia untuk menjadi operator radio trunking terkemuka di industri radio trunking di Indonesia.

Brand equity can deliver value to the company's sustainable competitive advantage, it could be a strong bulwark for competitors. The values of the elements of brand Equity can be positioning in the industry. Nexcom is a brand that has been experienced in the trunking radio industry. In 2011 Indonesia PT Nexcom using the brand that previously used by another Entity who has the same core business, radio trunking. Tremendous effort required to maintain and increase the Equity of a brand that is known and a challenge for PT Nexcom Indonesia to become leading operator in the industry of radio trunking in Indonesia.