



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
MARKETING

PROJETO INTEGRADO
A MARCA E O CONSUMIDOR
TERRA VERDE

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
SETEMBRO, 2019

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
MARKETING

PROJETO INTEGRADO
A MARCA E O CONSUMIDOR
TERRAVERDE

MÓDULO GESTÃO DE MARKETING

GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO– PROF. MARCELO
ALEXANDRE CORREIA DA SILVA
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR – PROF. MARCELO
ALEXANDRE CORREIA DA SILVA

ESTUDANTES:

Ana Paula Cabral, RA 1012019100040
Blecker de Menção Ferreira, RA 1012019200196
Heytor Augusto Alonso, RA 1012019200154
Júlia Maria Pereira Ferreira, RA 1012019200165
Patrick de Mario Eduardo, RA 1012019200284

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
SETEMBRO,2019

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO.....	3
2.DESCRICÃO DA EMPRESA	3
3.PROJETO INTEGRADO.....	4
3.1GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO	4
3.1.1POSICIONAMENTO DE MERCADO	4
3.1.2A FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE	7
3.2COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	13
3.2.1EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR.....	13
3.2.2PESQUISA JUNTO AOS CONSUMIDORES.....	14
4.CONCLUSÃO.....	14
REFERÊNCIAS.....	15

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho é sobre a análise do posicionamento da marca John Deere e a percepção por partes dos clientes da empresa Terraverde, mais concretamente a descrição da empresa em questão, relatando sua localização, parte de sua história e algumas especificações, seu posicionamento de mercado, a fidelização do cliente, as expectativas do consumidor e a pesquisa com os clientes.

Este organizado em quatro partes. Na parte um, será abordado o objetivo do trabalho. Na parte dois, será relatada uma descrição da empresa e de sua logo. Na parte três será abordada a análise sobre o posicionamento da marca e as pesquisas junto aos clientes. Na última parte, será feita a conclusão do trabalho em si, relatando os resultados encontrados pela pesquisa.

A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica, enriquecida com algumas entrevistas feitas diretamente com consumidores da marca.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa em questão é a Terraverde Máquinas Agrícolas, situada na Rodovia SP 340 no Distrito Industrial de Casa Branca, portadora do CNPJ 09.282.594/0001-45, concessionária John Deere, seu ramo de atividade é a área agrícola, a matriz está estrategicamente localizada no interior de São Paulo, próximo a grande maioria de seu público alvo, produtores, e vêm se expandindo para a capital.

Foi fundada em 1989 pelos irmãos Defilippi na cidade de Mococa inicialmente chamada de Agropecuária Três Irmãos, iniciou suas atividades no agronegócio com de cultivo de cana-de-açúcar, café e pastagem para criação e engorda de bois.

Com seu crescimento e desenvolvimento expandiu suas atividades para o segmento de máquinas agrícolas com a concessão da marca John Deere, assim no dia 17 de outubro de 2013 inaugurou sua primeira loja no município de Casa Branca – SP.

A partir daí seu crescimento foi constante, em 2007 ampliou para região central de São Paulo e inaugurou sua primeira loja em Jaú, em 2011 em Mogi Mirim, 2014 em Lençóis

Paulistas, 2016 Araras, expandindo também para região metropolitana, inaugurou mais duas lojas, Mogi das Cruzes e Taubaté.

Em 2019 como resultado de um trabalho feito com comprometimento e excelência, expandiu novamente sua área, agora para região de campinas, adquirindo mais duas filiais em Piracicaba e Bragança Paulista.

Atualmente a Terraverde conta com 9 lojas espalhadas por entre o estado de São Paulo. Seu ramo de atividade principal é o agronegócio, alguns dos cultivos da região são, cana de açúcar, grão, batata e citros, mas também contam com uma vasta área de campos e gramados, oferecendo todo amparo necessário aos seus clientes, com equipamentos desde o preparo do solo até a colheita, peças e serviços.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO

A empresa Terraverde carrega consigo grande responsabilidade pois representa uma marca de grande nome no mercado atuante, que é a John Deere, conhecida internacionalmente e conceituada por sua qualidade e excelência, tanto nos equipamentos, quanto no serviço prestado ao cliente no pós-vendas.

Prezando sempre a qualidade, e clientes 100% satisfeitos, os clientes tem uma relação de confiança com a marca, aceitam o custo de seus serviços e equipamentos mesmo não sendo os mais em conta do mercado, pois tem a consciência que o que lhes é entregue são equipamentos de qualidade, e serviços sempre prestados com excelência, uma relação de confiança entre a empresa e seus clientes, pois tem a ciência que estarão sempre dispostos a atendê-los e apresentar uma solução adequada à seus problemas, além do mais no que diz respeito a tecnologia, está sempre um passo à frente de seus concorrentes, buscando sempre o que há de mais novo no agronegócio para facilitar sempre a vida no campo.

3.1.1 POSICIONAMENTO DE MERCADO

O foco da Terraverde é sempre atender seus clientes de forma satisfatória, procurando sempre os conhecer e entender suas necessidades, no agronegócio.

De modo que não basta apenas efetuar uma venda de equipamento de ótima qualidade, mas a principal preocupação hoje é em prestar um bom atendimento no pós-vendas, por tal motivo é sempre procurado colaboradores preparados e também preparar os colaboradores, conforme dados fornecidos pela Terraverde:

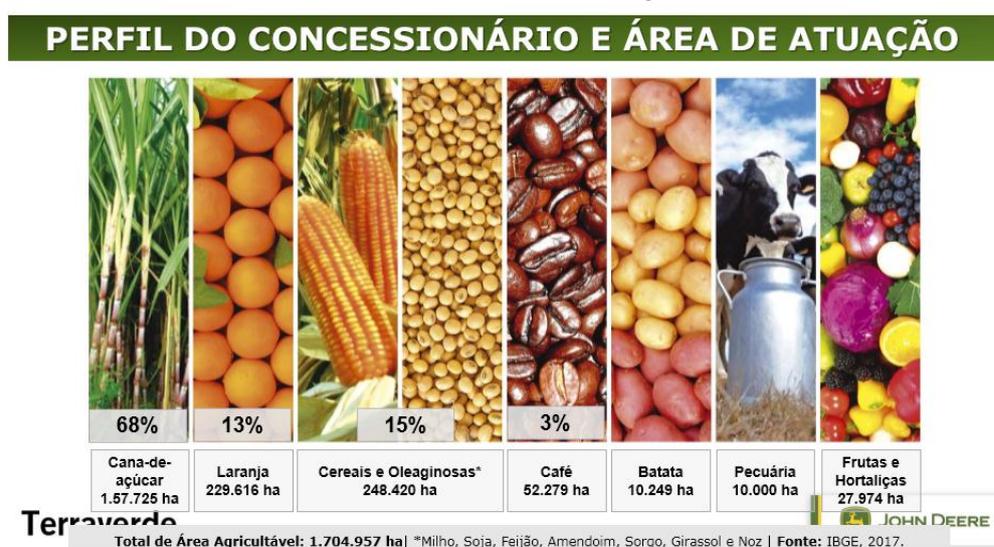
Gráfico 1: Gráfico com gestão de colaboradores



Fonte: <http://www.terraverdeagro.com.br/content/news>, 2019

Tendo também sempre o enfoque no seu público alvo, o agricultor e suas respectivas culturas:

Gráfico 2: Perfil do concessionário e área de atuação



Fonte: <http://www.terraverdeagro.com.br/content/news>, 2017

Cada uma de suas filiais é localizada de maneira estratégica para atender todas as regiões, abrangendo já um total de 236 municípios.

Gráfico 3: Área de atuação da Terraverde

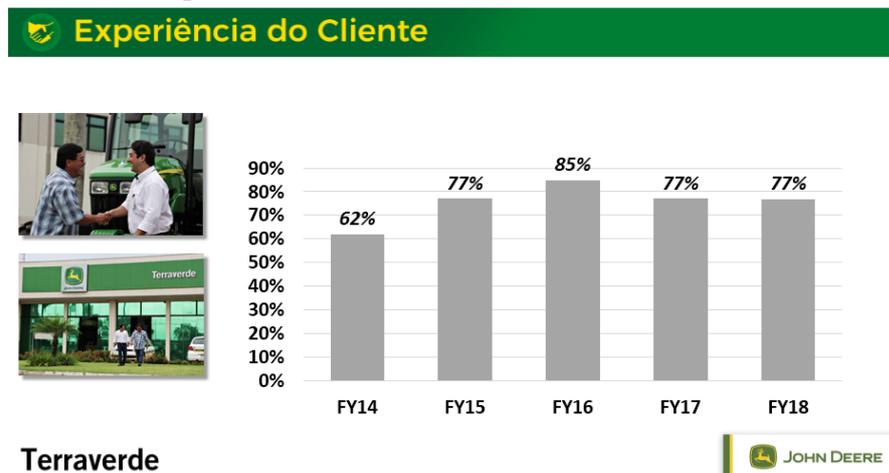


Fonte: <http://www.terraverdeagro.com.br/content/news>, 2019

Para que haja um contato direto com cliente, prezando sempre a satisfação do mesmo, anualmente é feito uma pesquisa de satisfação junto aos clientes para que seja medido a experiência do cliente junto ao concessionário.

Comparação das pesquisas do ano de 2014 a 2018, referente a experiência do cliente.

Gráfico 4: Experiência do cliente



Fonte: <http://www.terraverdeagro.com.br/content/news>, 2018

Resultado das pesquisas do ano de 2018, 92,5% dos clientes satisfeitos com a Terraverde;

Gráfico 5: Experiência do cliente



Fonte: <http://www.terraverdeagro.com.br/content/news>, 2018

3.1.2 A FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE

Em busca sempre da satisfação e fidelização do cliente, algumas táticas são adotadas pelo concessionário, algumas pré-determinadas pela John Deere, como:

SNJD (Seu John Deere sempre novo), onde na compra de R\$500,00 de peças ou serviços concorre a um trator novo.

Esta tática foi aplicada no primeiro semestre de 2019 para promover vendas, com descontos especiais, o cliente premiado pela John Deere este ano, foi da Terraverde da unidade de Jaú;

Figura 1: Propaganda de uma promoção



Fonte: <http://www.terraverdeagro.com.br/node/2276>, 2019

Dia premiado John Deere – Faz parte da campanha Trade Marketing. Oferece descontos especiais para peças de colheitas e plantio.

Figura 2: Prêmios

Dia Premiado JD

MELHOR COMPRA COLHEITADEIRA DE GRÃOS
PEÇAS PARA COLHEITADEIRAS DE GRÃOS COM DESCONTOS ESPECIAIS

ATÉ 70% DE DESCONTO

SÃO MUITOS DESCONTOS, ENTRE EM CONTATO E CONFIRA!
Campanha válida de 01/02/2019 a 31/03/2019 em equipamentos John Deere no Brasil.

PROMOÇÃO PEÇA ORIGINAL JOHN DEERE
SOLUÇÃO EM PLANTIO

CODIGO DO ITEM	DESCRIÇÃO	PREÇO	DESCONTO DE
PMKK34207	DISCO 20"	R\$ 89,75	10%
PMKK34779	DISCO 18"	R\$ 73,43	10%
PMCC054001	DISCO 16"	R\$ 56,70	58%
PMCC054005	DISCO 18"	R\$ 53,35	58%
DN16261	ROLAMENTO DUPLIO	R\$ 19,98	58%

PRÊMIOS INSTANTÂNEOS DE ATÉ R\$300,00

A cada R\$ 500,00 em Peças e Serviços, ganhe uma raspadinha e concorra a compras na John Deere Collection de R\$ 25,00 a R\$ 300,00. Siga o passo a passo e participe!

Confira as condições especiais para concorrer a prêmios instantâneos em peças de até R\$ 300,00.

E AINDA TEM MAIS CHANCES DE GANHAR

Prêmios instantâneos de até R\$ 5.000,00 e R\$ 15.000,00.

Datas do sorteio
Sorteio Diário: 27/09/2019
Sorteio Semanal: 29/10/2019
Sorteio Mensal: 22/11/2019
Sorteio Anual: 18/12/2019

DATAS DO PROMOTOR NAS FILIAS

Terraverde
www.terraverdeagro.com.br

Terraverde

Fonte: <http://www.terraverdeagro.com.br/node/2320>, 2019

Além de tais táticas feitas pela John Deere a concessionária Terraverde vem inovando com suas campanhas próprias, como:

Agroshow- uma feira tradicional no ano fiscal, onde há vários descontos e facilidades, para outros concessionários usam a Feira Original (John Deere);

Tratour –Carreta itinerante com foco na apresentação da empresa para os municípios que são atendidos pela Terraverde, mas não há uma loja física.

Figura 3: Agro Show



Fonte: <http://www.terraverdeagro.com.br/node/2230>, 2019

Figura 4: TraTour



Fonte: <http://www.terraverdeagro.com.br/node/2315>, 2019

Além de táticas de treinamentos e incentivos aos colaboradores como o CENSacional, programa de capacitação para os cens (consultores estratégicos de negócios).

O JdTech, onde o colaborador é formado pela John Deere, em busca de técnicos capacitados para o futuro.

A consultoria power Service também é outra estratégia.

Figura 5: Capacitação e melhorias

Capacitação e Melhorias | Serviços

Programa JD TECH

Consultoria Power Service



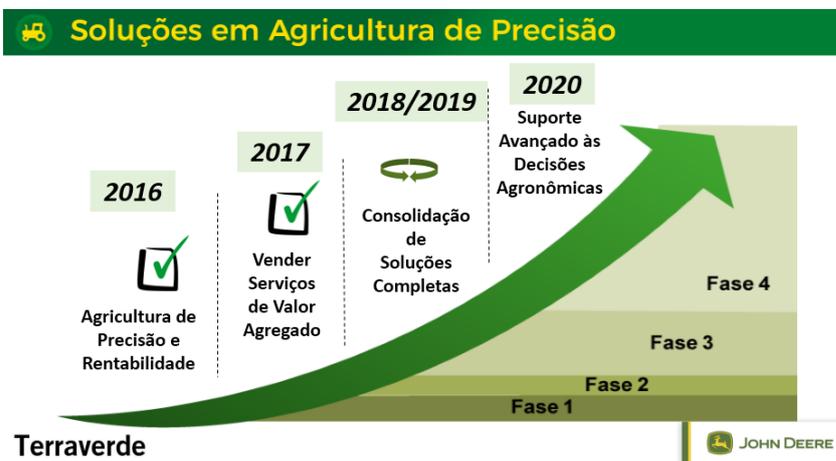
Terraverde



Fonte: <http://www.terraverdeagro.com.br/content/news>, 2019

Como diferencial da marca, o enfoque em SAP, que é a Agricultura de precisão, com o crescimento do mercado e a incidência da tecnologia no campo para facilitar a vida do produtor, gerando rentabilidade e precisão.

Gráfico 6: Soluções em agricultura de precisão



Fonte: <http://www.terraverdeagro.com.br/content/news>, 2019

Figura 6: Soluções

TENDO COMO PORTIFÓLIO SOLUÇÕES :

- Atendimento Remoto
- Operations Center
- JDLink
- CSO
- GF Explorer Auteq
- Service Advisor Remote
- Ferramentas de Check-list
- Agrocad
- ANÁLISE DE FLUÍDOS

Terraverde

Fonte: <http://www.terraverdeagro.com.br/content/news>, 2019

Como soluções com foco sempre no cliente, podem ser citados:

Centro de Treinamento (voltado ao cliente e seus técnicos);

Plano de inspeção Terraverde (inspeção programada do equipamento);

SAP Soluções de Alta Tecnologia (Soluções oferecidas no custo benefício da troca de óleo e manutenção).

Figura 7: Encontros

Fonte: <http://www.terraverdeagro.com.br/content/news>, 2018

Figura 8: Foco no cliente

NOSSAS SOLUÇÕES COM FOCO NO CLIENTE

TERRAVERDE em Ação	 POT PLANO DE INSPEÇÃO TERRAVERDE	 COLHEITA ASSISTIDA
Conhecer para crescer TREINAMENTO		
CTT CENTRO DE TREINAMENTO TERRAVERDE Engenheiro Guilherme Deffippi Junior	 SAT SOLUÇÕES DE ALTA TECNOLOGIA	 PROGRAMA TÉCNICO DEDICADO

Terraverde



Fonte: <http://www.terraverdeagro.com.br/content/news>, 2019

E para melhor atender ao cliente, há outros parceiros:

Michelin- Na venda de pneus agrícolas e automotivos;

Honda- Linhas de produtos de força, como roçadeiras, motobombas, motores estacionários e geradores;

ITM- Soluções em material rodante.

Figura 9: Parceiros

PARCEIROS

 Michelin Oferecer às pessoas a melhor maneira de ir mais longe	  Honda Linha de Produtos de Força	MICHELIN <ul style="list-style-type: none"> • Pneus agrícolas e automotivos HONDA <ul style="list-style-type: none"> • Roçadeiras • Motobombas • Motores Estacionários • Geradores
---	--	---

Terraverde



Fonte: <http://www.terraverdeagro.com.br/content/news>, 2019

Figura 10: Negócios de atuação



Fonte: <http://www.terraverdeagro.com.br/content/news>, 2019

3.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

De acordo com a pesquisa 100% dos entrevistados reconhecem a qualidade dos produtos John Deere enquanto cerca de 70% acreditam que além da qualidade do produto a empresa ainda apresenta uma boa reposição de peças e assistência técnica de qualidade. Ainda de acordo com a pesquisa o menor índice de satisfação se encontra no preço e no relacionamento direto com o cliente.

3.2.1 EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR

Com a pesquisa podemos concluir que a empresa na percepção de seus clientes possui produtos de extrema qualidade e capacidade de reposição de produtos rápida, apesar de os clientes desejarem que os produtos tenham um valor de mercado mais acessível, de acordo com a pesquisa nenhum deles trocaria de marca, pois acredita na qualidade dos produtos que possuem.

3.2.2 PESQUISA JUNTO AOS CONSUMIDORES

Pesquisa se encontra em anexo.

Propósito: esta pesquisa é um estudo exploratório e descritivo.

Abordagem: qualitativa.

Cenário e contexto: Foram entrevistados 1 a cada 10 clientes que no período de 3 a 7 de agosto frequentaram o ambiente da empresa. Com intuito de levantar informações sobre a expectativas em relação aos produtos e serviços da John Deere.

Sujeito ou objeto: pessoas que já possuem ou já possuíram algum produto John Deere.

Procedimentos: Formulário com 7 perguntas abertas ou fechadas. Onde era perguntado a quantidade de produtos que os clientes possuíam e sua relação de satisfação com o mesmo.

Instrumento de análise de dados: Formulário de perguntas.

4. CONCLUSÃO

Neste trabalho abordamos o posicionamento da marca John Deere e da empresa Terraverde e a percepção por parte de seus clientes em relação as mesmas, e concluímos que os clientes tem uma percepção positiva da marca, já que mediante a pesquisa, chegamos ao resultado de 100% de satisfação com os equipamentos adquiridos da marca e com uma probabilidade de 9,44 (em uma escala de 0 a 10) de indicarem a marca e a empresa para conhecidos.

Cumprimos com o objetivo proposto, já que através de pesquisa direta com o cliente podemos afirmar que a marca e a empresa atingem alto nível de excelência e seus clientes estão muito satisfeitos com seus produtos e serviços prestados, e ressaltando que dentre os principais tópicos abordados em pesquisa, a qualidade foi o que mais se destacou.

Este trabalho foi muito importante para nosso conhecimento, uma vez que conhecemos uma marca e uma empresa que tem alcançados excelentes níveis de satisfação e conhecemos suas principais ações para alcançar toda essa excelência perante seus clientes.

REFERÊNCIAS

SITE JOHN DEERE. Disponível em: < <https://www.deere.com.br/pt/>>. Acessado em: 09 de setembro de 2019.

SITE TERRAVERDE. **Conheça a história da Terraverde.** Disponível em: <<http://www.terraverdeagro.com.br/node/2136>>. Acessado em: 09 de setembro de 2019 .

Diretamente com a empresa: Terraverde

ANEXO



Pesquisa independente, feita para fins de conclusão do PI (Projeto Integrado) dos alunos do 1º ano de marketing da instituição Unifeob.

Nome: Spaldio Costa
 Cidade: Itapira, Estado de SP
 Idade: 13 Cultivo: Batata

Quanto equipamentos John Deere você possui? 13
 Porque você escolheu a John Deere?
 Preço
 Qualidade
 Reposição de peças eficiente.
 Assistência técnica de qualidade.
 Relacionamento
 Outros, Quais?

Você possui alguma sugestão de melhoria referente aos nossos serviços prestados? E em relação aos produtos?

Você está satisfeito com o(s) seu(s) equipamento(s) John Deere?
 Sim () Não
 Trocaria o seu John Deere por outra marca?
 Sim Não
 Se sim, qual a marca? _____
 De 0 a 10, qual a probabilidade de você indicar a Terraverde a um amigo ou familiar? 10



Pesquisa independente, feita para fins de conclusão do PI (Projeto Integrado) dos alunos do 1º ano de marketing da instituição Unifeob.

Nome: Orlando Aparecido Neri
 Cidade: Araraquã, Estado de SP
 Idade: 1 Cultivo: Batata

Quanto equipamentos John Deere você possui? 1
 Porque você escolheu a John Deere?
 Preço
 Qualidade
 Reposição de peças eficiente.
 Assistência técnica de qualidade.
 Relacionamento
 Outros, Quais?

Você possui alguma sugestão de melhoria referente aos nossos serviços prestados? E em relação aos produtos?
Preço e o preço.

Você está satisfeito com o(s) seu(s) equipamento(s) John Deere?
 Sim () Não
 Trocaria o seu John Deere por outra marca?
 Sim () Não
 Se sim, qual a marca? Volvo
 De 0 a 10, qual a probabilidade de você indicar a Terraverde a um amigo ou familiar? 7



Pesquisa independente, feita para fins de conclusão do PI (Projeto Integrado) dos alunos do 1º ano de marketing da instituição Unifeob.

Nome: Miro Milani
 Cidade: Araraquã, Estado de SP
 Idade: 5 Cultivo: Arroz

Quanto equipamentos John Deere você possui? 5
 Porque você escolheu a John Deere?
 Preço
 Qualidade
 Reposição de peças eficiente.
 Assistência técnica de qualidade.
 Relacionamento
 Outros, Quais?

Você possui alguma sugestão de melhoria referente aos nossos serviços prestados? E em relação aos produtos?

Você está satisfeito com o(s) seu(s) equipamento(s) John Deere?
 Sim () Não
 Trocaria o seu John Deere por outra marca?
 Sim Não
 Se sim, qual a marca? _____
 De 0 a 10, qual a probabilidade de você indicar a Terraverde a um amigo ou familiar? 10



Pesquisa independente, feita para fins de conclusão do PI (Projeto Integrado) dos alunos do 1º ano de marketing da instituição Unifeob.

Nome: John Eli Branco
 Cidade: Araraquã, Estado de SP
 Idade: 8 Cultivo: Cana

Quanto equipamentos John Deere você possui? 8
 Porque você escolheu a John Deere?
 Preço
 Qualidade
 Reposição de peças eficiente.
 Assistência técnica de qualidade.
 Relacionamento
 Outros, Quais?

Você possui alguma sugestão de melhoria referente aos nossos serviços prestados? E em relação aos produtos?

Você está satisfeito com o(s) seu(s) equipamento(s) John Deere?
 Sim () Não
 Trocaria o seu John Deere por outra marca?
 Sim () Não
 Se sim, qual a marca? Volvo
 De 0 a 10, qual a probabilidade de você indicar a Terraverde a um amigo ou familiar? 8

UNifeob

Projeto independente, feita para fins de conclusão do PI (Projeto Integrado) dos alunos do 1º ano de marketing da instituição Unifeob.

Nome: Luiz Carlos de Souza
Cidade: Itapetininga - SP
Estado: SP
Idade: 46 Cultivo: Batata, quiabo

Quantos equipamentos John Deere você possui? 11

- Por que você escolheu a John Deere?
- Preço
 - Qualidade
 - Reposição de peças eficiente.
 - Assistência técnica de qualidade.
 - Relacionamento
 - Outros: Quais?

Você possui alguma sugestão de melhoria referente aos nossos serviços prestados? E em relação aos produtos?

Você está satisfeito com o(s) seu(s) equipamento(s) John Deere?

Sim () Não

Trocaria seu John Deere por outra marca?

() Sim Não

Se sim, qual a marca?

De 0 a 10, qual a probabilidade de você indicar a Terraverde a um amigo ou familiar? 10

UNifeob

Projeto independente, feita para fins de conclusão do PI (Projeto Integrado) dos alunos do 1º ano de marketing da instituição Unifeob.

Nome: Décio Romarini
Cidade: Barro Preto - SP
Estado: SP
Idade: 37 Cultivo: milho / grão / betão

Quantos equipamentos John Deere você possui? 3

- Por que você escolheu a John Deere?
- Preço
 - Qualidade
 - Reposição de peças eficiente.
 - Assistência técnica de qualidade.
 - Relacionamento.
 - Outros: Quais?

Você possui alguma sugestão de melhoria referente aos nossos serviços prestados? E em relação aos produtos?

Sim

Você está satisfeito com o(s) seu(s) equipamento(s) John Deere?

Sim () Não

Trocaria o seu John Deere por outra marca?

() Sim Não

Se sim, qual a marca?

De 0 a 10, qual a probabilidade de você indicar a Terraverde a um amigo ou familiar? 10

UNifeob

Projeto independente, feita para fins de conclusão do PI (Projeto Integrado) dos alunos do 1º ano de marketing da instituição Unifeob.

Nome: José Ricardo de Souza
Cidade: Itapetininga - SP
Estado: SP
Idade: 51 anos Cultivo: Batata, quiabo, milho

Quantos equipamentos John Deere você possui? 6

- Por que você escolheu a John Deere?
- Preço
 - Qualidade
 - Reposição de peças eficiente.
 - Assistência técnica de qualidade.
 - Relacionamento
 - Outros: Quais?

Você possui alguma sugestão de melhoria referente aos nossos serviços prestados? E em relação aos produtos?

Os preços dos serviços e das peças são um pouco altos

Você está satisfeito com o(s) seu(s) equipamento(s) John Deere?

Sim () Não

Trocaria o seu John Deere por outra marca?

() Sim Não

Se sim, qual a marca?

De 0 a 10, qual a probabilidade de você indicar a Terraverde a um amigo ou familiar? 10

UNifeob

Projeto independente, feita para fins de conclusão do PI (Projeto Integrado) dos alunos do 1º ano de marketing da instituição Unifeob.

Nome: Carlon A. Lima
Cidade: Barro Preto - SP
Estado: SP
Idade: 60 Cultivo: grão

Quantos equipamentos John Deere você possui? 3

- Por que você escolheu a John Deere?
- Preço
 - Qualidade
 - Reposição de peças eficiente.
 - Assistência técnica de qualidade.
 - Relacionamento
 - Outros: Quais?

Você possui alguma sugestão de melhoria referente aos nossos serviços prestados? E em relação aos produtos?

Estou plenamente satisfeito

Você está satisfeito com o(s) seu(s) equipamento(s) John Deere?

Sim () Não

Trocaria o seu John Deere por outra marca?

() Sim Não

Se sim, qual a marca?

De 0 a 10, qual a probabilidade de você indicar a Terraverde a um amigo ou familiar? 10



Prova de Independência, feita para fins de conclusão do PI (Projeto Integrado) dos alunos do 1º ano de marketing da Instituição Unifeob.

Nome: Maria Conila
Cidade: UGS Estado: SP
Idade: 22 Cultivo: batata, grão

Quantos equipamentos John Deere você possui? 20

Por que você escolheu a John Deere?

- Preço
- Qualidade
- Reposição de peças eficiente.
- Assistência técnica de qualidade.
- Relacionamento
- Outros, Quais?

Você possui alguma sugestão de melhoria referente aos nossos serviços prestados? E em relação aos produtos?

na

Você está satisfeito com o(s) seu(s) equipamento(s) John Deere?

Sim Não

Trocaria o seu John Deere por outra marca?

Sim Não

Se sim, qual a marca?

De 0 a 10, qual a probabilidade de você indicar a Terraverde a um amigo ou familiar? 0