



Instituto Politécnico
de Castelo Branco

Instituto Politécnico de Castelo Branco

Neto, Jorge Joaquim da Costa

Marketing das máquinas agrícolas

<https://minerva.ipcb.pt/handle/123456789/1554>

Metadados

Data de Publicação	1994
Resumo	Este trabalho teve como objectivo a aplicação do marketing a máquinas e a equipamento agrícola. Começamos por dar uma ideia geral do que é o marketing, caracterizando-o de forma simples e concreta, apresentando conceitos, definições e formas. Para uma melhor compreensão do marketing das máquinas e dos equipamentos, foi analisada uma empresa da República Checa a “TRIGA - CS”, concretamente a divisão 4 Jícín - sector de venda das máquinas e do equipamento agrícola. A aplicação do marketing às m...
Palavras Chave	Maquinaria e equipamento agrícola, Marketing, Vendedor, Assistência técnica
Tipo	report
Revisão de Pares	Não
Coleções	ESACB - Maquinaria Agrícola

Esta página foi gerada automaticamente em 2024-05-01T22:04:50Z com informação proveniente do Repositório



ESCOLA SUPERIOR AGRÁRIA
INSTITUTO POLITÉCNICO DE CASTELO BRANCO

MARKETING
DAS
MÁQUINAS AGRÍCOLAS

MAQUINARIA AGRÍCOLA

Relatório do Trabalho de Fim de Curso

JORGE JOAQUIM DA COSTA NETO



CASTELO BRANCO

1994

Índice

I - Introdução _____	1
II - Marketing _____	3
2.1 - Historia do marketing _____	3
2.2 - Caracterização do marketing _____	3
2.2.1 - Definição de marketing _____	5
2.2.2 - Conceitos da administração de marketing _____	6
2.2.2.1 - Conceito de produto _____	6
2.2.2.2 - Conceito de venda _____	6
2.2.2.3 - Conceito de marketing _____	7
2.2.2.4 - Conceito social de marketing _____	8
2.3 - Princípios de marketing _____	8
2.4 - Factores característicos de uma situação de marketing _____	9
2.5 - Conclusões _____	10
III - Caracterização da Empresa _____	12
3.1 - Descrição da estrutura da empresa _____	14
3.2 - Actividade económico-empresarial antes da privatização _____	15
3.3 - Actividade económico-empresarial depois da privatização _____	16
3.4 - Diagnóstico da empresa em termos de pontos fortes e fracos numa perspectiva de marketing _____	17
3.4.1 - Pontos fortes _____	17
3.4.2 - Pontos fracos _____	21
3.5 - Conclusões _____	22
IV - Marketing das máquinas agrícolas _____	23
4.1 - Função geral da maquinaria na agricultura _____	23
4.2 - Diferenciação da maquinaria agrícola _____	23

4.3 - Comércio das máquinas e do equipamento agrícola _____	24
4.3.1 - Situação actual _____	24
4.3.2 - Perspectivas _____	25
4.4 - Aplicação do marketing nas máquinas e no equipamento agrícola _____	26
4.5 - Aspectos específicos do marketing nas vendas de maquinaria e equipamento agrícola _____	27
4.5.1 - O vendedor de máquinas e equipamento agrícola _____	27
4.5.2 - O vendedor criador de vendas de máquinas e equipamento agrícola _____	27
4.5.3 - O vendedor representa a sua empresa _____	28
4.5.4 - O vendedor utiliza recursos e técnicas especializadas _____	28
4.5.5 - O vendedor aumenta o padrão de vida dos clientes _____	29
4.5.6 - A importância do cliente _____	29
4.5.7 - A proximidade ao cliente _____	30
4.5.8 - O vendedor de maquinaria e equipamento agrícola e o marketing _____	30
4.6 - Marketing das máquinas agrícolas em 2ª mão _____	33
4.7 - Marketing dos serviços _____	34
4.8 - Conclusões _____	36
V - Aplicação do marketing na empresa "TRIGA - CS" _____	37
5.1 - Objectivos a atingir com a aplicação do marketing _____	37
5.2 - Possível estratégia de marketing para a empresa _____	37
5.2.1 - Marketing - mix _____	37
5.2.2 - Marketing directo _____	43
5.2.2.1 - Objectivos do marketing directo _____	44
5.2.2.2 - Importância do "mailing list" correcto _____	45
5.3 - O crédito _____	45
5.3.1 - Vantagens do crédito _____	46

5.3.2 - Desvantagens do crédito	46
5.3.3 - Formas de crédito	47
5.4 - Assistência pós - venda	47
5.4.1 - Que assistência técnica?	48
5.5 - O serviço	49
5.6 - Demonstrações	50
5.7 - Feiras e exposições comerciais	51
5.8 - Promoção	52
5.9 - Conclusões	53
VI - Conclusões e Recomendações	54
6.1 - Conclusões	54
6.2 - Recomendações	55

Anexos

Resumo

Este trabalho teve como objectivo a aplicação do marketing a máquinas e a equipamento agrícola. Começamos por dar uma ideia geral do que é o marketing, caracterizando-o de forma simples e concreta, apresentando conceitos, definições e formas.

Para uma melhor compreensão do marketing das máquinas e dos equipamentos, foi analisada uma empresa da Republica Checa a "**TRIGA - CS**", concretamente a divisão 4 Jicin - sector de venda das máquinas e do equipamento agrícola.

A aplicação do marketing às máquinas e do equipamento agrícola exige certas técnicas diferentes das aplicadas a outros produtos. Uma das principais técnicas é o papel desempenhado pelo vendedor. Este deverá possuir e usar técnicas específicas de vendas de maquinaria e de equipamento agrícola para poder satisfazer os clientes deste sector que revelam uma exigência cada vez maior.

A caracterização do marketing serviu para apoiar os resultados obtidos na empresa "**TRIGA -CS**" e para elaborar uma possível política de marketing para a empresa citada, que a poderá tornar mais consistente no mercado a fim de aumentar as suas vendas e uma possível liderança no mercado da maquinaria e do equipamento agrícola.

Como principais melhorias do marketing sugere-se um aumento do número e do nível profissional dos vendedores e uma melhoria substancial da assistência pós-venda.

Palavras chave: maquinaria e equipamento agrícola, marketing, vendedor e assistência técnica.