

## **Top of Mind Rural: STIHL é campeã nas categorias *Roçadeiras e Motosserras***

*A STIHL foi a marca mais lembrada em roçadeiras e motosserras por agricultores e pecuaristas de todo o país, considerada Top of Mind em pesquisa realizada pela Revista Rural.*

São Paulo, 14 de junho de 2012 – Qual a primeira marca que vem à mente de agricultores e pecuaristas quando se trata de motosserras e roçadeiras? Segundo a 15ª edição do *Prêmio Top of Mind Rural*, promovido pela Revista Rural com o objetivo de “mensurar a força das marcas existentes, além de avaliar e reconhecer o trabalho das empresas que atuam no agronegócio”, essa marca é a STIHL. Líder no mercado brasileiro de ferramentas motorizadas, com um mix completo de 52 produtos comercializados em mais de 2.000 pontos de venda em todo o país, a STIHL foi a marca mais lembrada nas categorias *Motosserras* (18,25%) e *Roçadeiras* (13,45%). Para chegar às marcas campeãs, a Revista Rural realizou 1.180 entrevistas, sendo 649 agricultores e 531 pecuaristas, em todas as regiões produtoras do país.

Realizada por uma equipe de telemarketing especializado, a pesquisa comemora 15 anos e é referência no setor, considerada expressiva premiação do marketing rural brasileiro. Segundo Romário Britto, vice-presidente de Marketing e Vendas da STIHL, “é muito importante para a STIHL ser reconhecida no *Prêmio Top of Mind Rural*, dada a relevância e o significado dessa premiação para o homem do campo. Como fonte idônea, a revista traz uma referência vital para o sucesso da empresa. A STIHL continuará investindo intensamente em tecnologia para o desenvolvimento de novos produtos, em instalações e na qualificação da sua rede de distribuição, a fim de prestar um atendimento de excelência ao consumidor, para ser cada vez mais *top of mind*”. Para Flávio Albim, diretor de redação da Revista Rural, “a pesquisa aponta tendências que vêm se confirmando ao longo dos anos, dando credibilidade ao trabalho”.

Tradicionalmente campeã na categoria Motosserras, a STIHL conquistou pela primeira vez o *Prêmio Top of Mind Rural*, da Revista Rural na categoria Roçadeiras. “A premiação reconhece essencialmente o trabalho de comunicação da marca e o fato de estar na memória de pecuaristas e agricultores, e não necessariamente o market share. Para a STIHL contudo, ser a número um na categoria Roçadeiras ganha ainda mais importância uma vez que a empresa está também entre as líderes de mercado nessa linha de produtos”, afirma Romário Britto. A linha de roçadeiras STIHL é a mais completa do mercado, com modelos adequados a todos os tipos de atividades.

A conquista dos dois Top of Mind se deve, segundo Romário Britto, ao empenho da equipe da STIHL em perseguir, diariamente, os seguintes fatores:

- oferta de uma linha completa de ferramentas de última geração dotadas de qualidade, eficiência e alta durabilidade, capazes de facilitar os mais diversos trabalhos, desde a manutenção de jardins e pomares até a poda no cafezal ou a colheita de madeira de reflorestamento;
- investimentos em estreitar cada vez mais o relacionamento com os clientes e comunicação;
- foco na expansão do seu canal;
- fortalecimento da qualificação da rede de concessionárias em todo o país.

Para estreitar cada vez mais o relacionamento com os clientes, a STIHL tem participado das principais feiras de agronegócio do país. Em todos os eventos, a empresa procura levar o máximo aos visitantes: um mix completo de soluções em ferramentas motorizadas, área de demonstração de produtos e muita informação. São soluções baseadas em produtos de alta qualidade e durabilidade, para os mercados agropecuário, florestal, jardinagem e doméstico. A ampliação dos investimentos em campanhas publicitárias é outro ponto importante da estratégia de Marketing.

O investimento na rede de concessionárias é muito significativo para a marca. “A concessionária está na linha de frente e o objetivo é aumentar a nossa presença no mercado ao lado de nossos parceiros que são considerados uma extensão da fábrica. É por meio deles que a marca STIHL está presente para atender aos clientes”, afirma Romário Britto.

Para que os parceiros levem o melhor da STIHL aos clientes, a empresa investe em Centros de Qualificação com o objetivo de oferecer à sua rede de concessionárias uma série de cursos na área técnica, de vendas e de gestão de negócios; showroom como modelo do ambiente das lojas; auditório; bancadas de oficina para a prática com as ferramentas; e cabines especiais para teste de equipamentos. “A STIHL acredita que quanto mais qualificada for a rede, melhor será o atendimento ao consumidor. Os vendedores estão preparados para realizar a venda consultiva dos produtos, assistência técnica e entrega técnica”, afirma Romário Britto.

Nos mais de 2.000 pontos de venda no país, o consumidor encontra toda a atenção e orientação no que se refere à manutenção de seus equipamentos, para que tenham um tempo de vida útil prolongado, mesmo quando submetidos a grandes esforços. O trabalho de entrega técnica é um dos principais diferenciais da STIHL para o consumidor. No momento da entrega da ferramenta, o consumidor recebe todas as orientações sobre operação, manutenção, segurança e uso do equipamento.

A STIHL tem um plano de investimentos que prevê recursos de R\$ 518 milhões até 2014. De ponta a ponta, os investimentos têm o objetivo de mostrar que a STIHL está sempre ao lado de seus clientes, com soluções em várias frentes, com um mix cada vez mais completo de ferramentas motorizadas, além da linha de EPs, que garante a máxima proteção aos operadores. A STIHL acredita cativar o consumidor priorizando não só a qualidade de seus produtos, mas a segurança, o conforto das pessoas e o comprometimento com a sustentabilidade.

Apoiada nos fatores *econômico, social e ambiental*, a STIHL busca a sustentabilidade em toda a sua cadeia de valor, incluindo comunidade, fornecedores, a empresa, as concessionárias e os consumidores. O que gera, para a companhia, um resultado também sustentável. Há 39 anos no país, líder em ferramentas motorizadas portáteis, a STIHL

oferece ao mercado brasileiro uma linha completa entre roçadeiras, lavadoras, podadores, pulverizadores, sopradores, perfuradores, cortadores a disco, motosserras e ferramentas multifuncionais, destinados aos mercados agropecuário, florestal, jardinagem e doméstico.

### **ROÇADEIRAS STIHL**

Líder no mercado de roçadeiras no Brasil, a STIHL tem a linha mais completa oferecida no mercado, com máquinas leves para trabalhos ocasionais e encorpadas para trabalhos intensos, que atendem aos mercados agropecuário, florestal e de jardinagem profissional ou doméstico.

Entre os destaques, a FSE 41, da linha elétrica da STIHL, que além da praticidade para facilitar o dia a dia, tem design especial, com o motor na parte de baixo da máquina, é leve, ergonômica e tem múltiplas regulagens, adequando-se à força, ao tamanho de quem usa e ao tipo de trabalho; a FS 55, roçadeira perfeita para cuidar do jardim; a FS 80 é um modelo de muita potência para serviços do dia a dia em casas, empresas ou até em sítios; a FS 130, com tecnologia exclusiva 4-MIX, que tem como principal benefício a menor emissão e a maior economia de combustível, ideal para o corte e a roçada de vegetações de pequeno e médio porte; e a FS 160 – robusta e resistente, para trabalhos de maior intensidade na agricultura, pecuária, fruticultura, fumicultura, serviços públicos, manutenção de rodovias e companhias florestais. A FS 160 é excelente para a roçada de capoeiras altas, mato emaranhado e desbrota de plantios jovens, cortando caules de até 10 cm de diâmetro.

### **MOTOSERRAS STIHL**

As motosserras STIHL unem tecnologia inovadora, alto desempenho, ergonomia, baixo peso e baixa vibração com menor emissão de gases. Foram desenvolvidas para atender as mais diversas necessidades, seja nas atividades agrícolas, florestais, de prestação de serviços, jardinagem e atividades domésticas. A linha de motosserras da STIHL para o mercado agropecuário é prática, robusta, extremamente útil para o dia a dia de fazendas e sítios, com aplicações na construção de cercas, galpões, poda e manutenção de árvores, desgalhamento, desbaste, preparação de madeira e colheita em florestas cultivadas de pequeno e médio porte.

A motosserra STIHL MS 170, por exemplo, é uma ferramenta leve, segura e de fácil operação, desenvolvida a partir de rigorosos critérios de qualidade e tecnologia de ponta da STIHL. Já a motosserra STIHL MS 361 é ideal para consumidores que querem desempenho, facilidade e conforto. É leve, possui baixo nível de vibração e de consumo de combustível. Além disso, este modelo é equipado com o sistema ElastoStart, que facilita o arranque.

A MS 260 é robusta, leve e potente, uma ferramenta inovadora para o mercado profissional. De pequeno porte, é muito resistente, leve, mais estreita e apresenta uma excelente relação preço-potência. Conta com inovações também no design ergonômico, que proporciona maior segurança para quem usa. É fácil de operar, econômica e tem alta durabilidade. Ideal para as atividades de reflorestamento, desbaste, desgalhamento, corte de árvores, preparação de madeira, colheita de florestas de pequeno e médio porte, podas e manutenção de árvores.

---

## **Sobre a STIHL Ferramentas Motorizadas Ltda.**

Com produtos destinados aos mercados florestal, agropecuário, jardinagem e doméstico, a STIHL Ferramentas Motorizadas Ltda. oferece ao mercado brasileiro uma ampla linha de ferramentas motorizadas portáteis, entre elas roçadeiras, lavadoras, podadores, pulverizadores, sopradores, perfuradores, cortadores a disco, motosserras e ferramentas multifuncionais, que podem ser encontradas em mais de 2.000 pontos de venda distribuídos pelo Brasil. A fábrica da STIHL fica na sede da empresa, em São Leopoldo (RS), onde trabalham cerca de 2.000 colaboradores.

A meta da STIHL é manter a liderança no mercado brasileiro de ferramentas motorizadas portáteis, com rentabilidade e comprometimento com a sustentabilidade. A estratégia de expansão prevê a melhoria contínua e o desenvolvimento de produtos tecnologicamente avançados, tendo como foco principal as pessoas – a sua segurança e conforto – e o meio ambiente, com equipamentos de baixo consumo, baixa emissão de gases e menor nível de ruído. As ações de marketing da companhia buscam valorizar a marca e a qualidade dos produtos, destacando o princípio de qualidade de vida na casa das pessoas, em sintonia com o meio ambiente.

A comercialização da STIHL é feita por meio de pontos de venda em todo o país, que oferecem os produtos com todas as informações sobre uso, segurança, manutenção, operação e garantia, com base no procedimento de entrega técnica. A STIHL investe na parceria com a sua rede – treinamentos regulares são realizados nos Centros de Qualificação STIHL, direcionados, entre outros profissionais, aos técnicos das concessionárias STIHL. Para acompanhar o crescimento dos pontos de venda, novos Centros de Qualificação STIHL estão em desenvolvimento, para atender as cinco regiões do Brasil. Hoje já estão em funcionamento as unidades do Sul – em São Leopoldo na fábrica –, do Norte – em Belém na UFRA – e no Sudeste – em Lavras na UFLA. Está prevista a inauguração de Centros de Qualificação no Nordeste e no Centro-Oeste.

Na STIHL Ferramentas Motorizadas Ltda., o empenho rumo ao estabelecimento de uma gestão responsável para a sustentabilidade é uma postura permanente e significa uma visão ampla sobre a continuidade do meio ambiente, das relações com colaboradores, fornecedores, consumidores e clientes. A fábrica da STIHL conta com a dupla certificação ISO 14001 e OHSAS 18001, além da ISO 9001. Em 2010, a empresa investiu R\$ 12 milhões em uma nova estação de tratamento de efluentes (ETE) sanitários e industriais com tecnologia avançada.

A STIHL participa de projetos de entidades e instituições relacionadas à sua área de atuação. Entre eles está a parceria com o Instituto Floresta Tropical, IFT (Belém, Pará), que envolve a realização de projetos de incentivo ao manejo sustentável; e a parceria com a PUC / Rio Grande do Sul para o Projeto Pró-Mata, que, entre outros trabalhos, desenvolve pesquisas de bioprospecção de espécies vegetais para a cura de doenças como a malária e a tuberculose. Além disso, auxilia em projetos ambientais, como a recuperação do Rio dos Sinos, do Projeto Martim Pescador e Projeto Guarapiranga.

[www.stihl.com.br](http://www.stihl.com.br)

## **Sobre a STIHL**

A matriz da STIHL fica na cidade de Waiblingen, na Alemanha. A STIHL foi criada em 1926 em Stuttgart, por Andreas Stihl, que nasceu em Zurique, na Suíça, em 1896. A empresa conta hoje com cerca de 11 mil colaboradores em todo o mundo. No centro de desenvolvimento de produtos da empresa situado na Alemanha, mais de 500 engenheiros se dedicam à criação de novas soluções. Reconhecida pela sua inovação, a STIHL tem presença em mais de 160 países por meio de canais de distribuição formados por revendas autorizadas. Para atender ao mercado global, conta com unidades produtivas na Alemanha, Brasil, EUA, Áustria, Suíça e China.

### **MAIS INFORMAÇÕES PARA A IMPRENSA**

Printec Comunicação [www.printeccomunicacao.com.br](http://www.printeccomunicacao.com.br)

Visite a página da Printec Comunicação no Facebook

Eleni Rocha [eleni.rocha@printeccomunicacao.com.br](mailto:eleni.rocha@printeccomunicacao.com.br)

Vanessa Giacometti de Godoy [vanessa.godoy@printeccomunicacao.com.br](mailto:vanessa.godoy@printeccomunicacao.com.br)

Tel: +55 11 5182 1806